

# CONTEXTO 3

ESPAÑOL ■ SECUNDARIA ■ TERCER GRADO

serie construir



*Dirección de contenidos y servicios educativos*  
Elisa Bonilla Rius

*Gerencia de publicaciones escolares*  
Ricardo Valdez González

*Coordinación editorial*  
Agustín Pérez Allende

*Edición*  
Áurea Madrigal, Irma Ibarra

*Autores*  
Alma Yolanda Castillo, Irma Ibarra, Javier Luna

*Coordinación de corrección*  
Abdel López Cruz

*Corrección*  
Nina Salazar Parra, Tomás Aranda Luis

*Dirección de arte*  
Quetzal León Calixto

*Diseño de portada*  
Brenda López Romero

*Diseño de la serie*  
Herminia Olvera, Pedro Castellanos

*Diagramación*  
Pedro Castellanos, Tragos Ediciones

*Coordinación de imagen*  
Herminia Olvera

*Imagen*  
Yina Garza

*Iconografía*  
Ana Laura Alba Barceinas  
María Mendoza Aguilar  
Miguel Gerardo Álvarez Cuevas

*Digitalización y retoque*  
Carlos López  
Ernesto Negrete

*Ilustraciones*  
Ángel Cháñez Santín  
Margarita Sada

*Fotografía*  
Archivo SM, Ana Laura Alba, Alonso García, Carlos Martínez,  
Jerry Rodríguez, Leonardo Rodríguez, Aura Perroni, Alma  
Yolanda Castillo, Armando Mora, Stock. XCHNG, Photos.com,  
Archivo digital-Jupiter Unlimited, Wikipedia.org Banco de  
México, "Fiduciario" en el Fideicomiso relativo a los Museos  
Diego Rivera y Frida Khalo. Av. Cinco de mayo No. 2, Col.  
Centro, Deleg. Cuauhtémoc, 06059, México, D. F., Pág.150.

*Producción*  
Carlos Olvera, Teresa Amaya

*Contexto 3. Español*  
*Secundaria. Tercer grado*  
**SERIE CONSTRUIR**

Segunda edición, 2011  
D. R. © SM de Ediciones, S. A. de C. V., 2008  
Magdalena 211, Colonia del Valle,  
03100, México, D. F.  
Tel.: (55) 10878400  
[www.ediciones-sm.com.mx](http://www.ediciones-sm.com.mx)

ISBN 978-607-471-872-0

Miembro de la Cámara Nacional de la Industria  
Editorial Mexicana  
Registro número 2830

No está permitida la reproducción total o parcial de este libro,  
ni su tratamiento informático, ni la transmisión de ninguna forma  
o por cualquier medio, ya sea electrónico, mecánico,  
por fotocopia, por registro u otros métodos, sin el permiso  
previo y por escrito de los titulares del *copyright*.

Impreso en México/Printed in Mexico

## Para el alumno o alumna

**E**ste libro ha sido elaborado para que realices proyectos que te permitan poner en juego distintas prácticas sociales del lenguaje; es decir, diferentes maneras de interactuar con el lenguaje con la finalidad de que produzcas e interpretes textos orales o escritos con diversas finalidades comunicativas.

Para desarrollar los proyectos será necesario que trabajes de manera individual, en parejas, en equipos de tres o más personas y con el resto del grupo; que leas y escribas textos; que revises tus escritos y los de otros; que aprendas a exponer, a escuchar las opiniones de otros y a argumentar tus ideas, todo según diferentes propósitos comunicativos.

Las actividades que se sugieren están orientadas a cumplir metas concretas en tiempos determinados, por lo que tu capacidad de organización será un elemento fundamental. También tendrá gran valor formativo que participes en la valoración crítica de tus producciones textuales orales o escritas, así como en la reflexión sobre tu aprendizaje.

A veces será necesario el trabajo fuera de la escuela, por lo que tus nuevos conocimientos también serán resultado de este tipo de experiencias.

Tu libro está compuesto por cinco bloques, conformados a su vez por dos, tres o cuatro proyectos cada uno. Éstos, al inicio, contienen indicaciones sobre los temas de estudio; cuadros en los que se presentan los objetivos, las actividades numeradas y las sesiones de trabajo (que equivalen a 50 minutos cada una). En la segunda parte encontrarás las secuencias didácticas, que presentan información y actividades que apoyan el desarrollo y comprensión de temas de reflexión, necesarios para realizar las actividades que requieren los proyectos. Además, notarás que a cada momento se proponen ejercicios para mejorar tus habilidades como lector crítico y como escritor.

Al final de cada bloque encontrarás un esquema de logros, en el que se enumeran los puntos concretos que debes dominar al terminar cada etapa de estudio. Ello te hará reflexionar sobre tus limitaciones y lo que has logrado aprender, para tomar conciencia de tu aprovechamiento durante el curso y de lo que aún puedas aprender con ayuda de tu maestro. Por último, hallarás la sección “Y para terminar...”, donde te proponemos actividades divertidas que con seguridad te harán pasar gratos momentos.

Recuerda que es importante que hagas uso de tu biblioteca del aula, de la biblioteca escolar, de alguna otra biblioteca de la comunidad o que busques en librerías las novelas cortas y algunos otros materiales de consulta que leerás durante el curso.

A lo largo de todo el curso dedicarás una sesión a la semana a las llamadas Actividades permanentes. Durante estas sesiones desarrollarás tus habilidades de lectura, comunicación y escritura, pero desde una perspectiva expresiva y creativa.

Este libro busca apoyarte en tu formación, por lo que deseamos que con los proyectos que te proponemos tengas buenas experiencias de aprendizaje.

Esperamos que disfrutes mucho este curso de Español de secundaria y que finalices con éxito esta etapa de tu vida.

**LOS AUTORES**

# Presentación

## Para el maestro o maestra

**E**l presente libro está planeado con base en el desarrollo de prácticas sociales del lenguaje, que se trabajan por medio de proyectos didácticos en tres ámbitos: estudio, literatura y participación ciudadana.

Todos los proyectos, contenidos y actividades sugeridas en él pueden ser trabajados en el aula con los recursos disponibles en las escuelas secundarias del país.

Los proyectos están organizados en sesiones de trabajo con una duración promedio de 50 minutos cada una (duración que puede variar en función del contexto particular en que se desarrolle la clase) e incluyen actividades que llevan a los alumnos a realizar diversas prácticas sociales del lenguaje y también fomentan el aprendizaje cooperativo. Las secuencias didácticas permiten abordar contenidos y desarrollar actividades necesarias para la realización de los proyectos; van numeradas para facilitar su localización.

Por otra parte, las actividades propuestas plantean diferentes posibilidades de interacción entre los alumnos, por lo que las y los estudiantes participan ya sea de modo individual o colectivo según el nivel de dificultad de la práctica del lenguaje, el dominio que de ella ya se tenga, o simplemente para apoyar la socialización de los conocimientos.

El libro está compuesto por cinco bloques, conformados a su vez por cuatro, tres o dos proyectos según sea el caso. Éstos, al inicio, contienen indicaciones sobre los temas de estudio; cuadros en los que se presentan los objetivos, las actividades numeradas y las sesiones de trabajo (que equivalen a 50 minutos cada una). En la segunda parte encontrarán las secuencias didácticas, que presentan información y actividades que apoyan el desarrollo y comprensión de temas de reflexión, necesarios para realizar las actividades que requieren los proyectos. Además, notarán que a cada momento se les proponen ejercicios para mejorar sus habilidades como lectores críticos y como escritores.

Al final de cada bloque encontrarán un esquema de logros, en el que se enumeran los puntos concretos que deben dominar al terminar cada etapa de estudio. Ello les hará reflexionar sobre sus limitaciones y lo que han logrado aprender; para tomar conciencia de su aprovechamiento durante el curso y de lo que aún puedan aprender con ayuda de su maestro. Por último, hallarán la sección “Y para terminar...”, donde les proponemos actividades divertidas que con seguridad les harán pasar gratos momentos.

A lo largo del libro encontrará una serie de llamados para realizar las actividades permanentes de lectura y de escritura, cuyo objetivo es que los alumnos y las alumnas interactúen entre sí, ya sea en parejas, en equipo o con todo el grupo, para leer, compartir sus intereses sobre diversos autores o temas y desarrollar una actitud crítica hacia los materiales escritos. Los cuadros organizadores de las actividades permanentes se encuentran en una tercera sección, al final del libro. Estos cuadros-agenda pueden consultarse cada día de la semana en que corresponde hacer la actividad permanente.

Le recomendamos propiciar en los alumnos el desarrollo de estas actividades al menos durante una hora a la semana, aunque el tiempo exacto y la actividad en concreto serán una decisión conjunta de usted con el grupo.

Aunque el libro es una guía y usted siempre tendrá libertad para decidir qué hacer y cuándo, en función del conocimiento que tiene de su contexto de trabajo y de las necesidades de sus alumnos, le reiteramos la invitación para que continúe ejerciendo las diferentes prácticas sociales del lenguaje: producir textos, orales o escritos; interpretarlos; intercambiar significados; resolver problemas; ampliar la manera de entender y comprender el mundo que les rodea, y otras actividades relacionadas con diversas formas de comunicarse en distintos contextos culturales.

Es necesario resaltar que el papel del maestro en el aula resulta fundamental ya que tiene a su cargo, entre otras, la tarea de guiar el conocimiento, la conducta y las actividades para conseguir efectos positivos que permitan el desarrollo de las prácticas sociales del lenguaje en los alumnos.

**LOS AUTORES**

Contexto 3 está organizado en cinco bloques mediante los cuales desarrollarás quince proyectos. Las secciones que encontrarás a lo largo del libro son:

## Tabla de contenidos.

Incluye los cinco bloques con sus respectivos proyectos, las sesiones en las que éstos deberán desarrollarse y sus secuencias didácticas.

Al investigar sobre algún tema en varios textos, puedes encontrar semejanzas entre ellos, pero también diferencias. En este bloque leerás y compararás textos para comprender la forma en que exponen y argumentan la información con el propósito de afirmar un determinado punto de vista o influir en el lector.

Este tipo de análisis es esencial en el ámbito de la comunicación social, para observar cómo opera la publicidad y conocer cuáles son sus estrategias de persuasión.

Por otro lado, en el ámbito de la literatura, analizar una serie de poemas que pertenecen a una misma corriente artística, te permitirá identificar las características de dicho movimiento poético y comprender cómo veía el mundo ese grupo de escritores.

### BLOQUE 1



**En este bloque:**

- Leerás y compararás diferentes tratamientos de un mismo tema.
- Harás el seguimiento de un periodo o movimiento poético.
- Realizarás encuestas sobre la influencia de la publicidad.
- Analizarás los mensajes publicitarios de diversos medios de comunicación.

**Actividades permanentes:**

- Lectura libre de cuentos.

## Entrada de bloque.

Señala el número correspondiente, texto introductorio y propósitos.

## Actividades.

Son diversas y conforman el eje central del proyecto para obtener los aprendizajes esperados. Algunas hay que resolverlas de manera individual; otras, en parejas, en equipo, o en grupo.

## Organizador del proyecto.

Contiene los objetivos, las actividades y las sesiones que hay que llevar a cabo en cada fase del proyecto.

| Organizador de proyectos |                         |  |   |   | Organizador de proyectos  |                  |   |                           |
|--------------------------|-------------------------|--|---|---|---|------------------|---|---------------------------|
| Bloque                   | Ámbito                  | Proyecto   | Prácticas generales   | Prácticas específicas   | Producto  | Núm. de sesiones | Secuencias didácticas   | Actividades permanentes   |
| 1                        | Literatura              | 1. Un recital de poesía  | Hacer el seguimiento de algún fenómeno, tendencia o movimiento.         | Hacer el seguimiento de un periodo o movimiento poético.                        | Organizar un recital de poesía.   | 12               | 1. Algunas escuelas o movimientos poéticos<br>2. Figuras retóricas  | Lectura libre de cuentos  |
|                          | Estudio                 | 2. ¿Por qué compramos lo que compramos? Leer y comparar información                | Observar y organizar información.                                       | Leer y comparar diferentes acontecimientos de un mismo tema.                    | Buscar información para un periódico mural.   | 8                | 3. Los tipos de texto<br>4. Tipos de argumentos   |                           |
|                          | Participación ciudadana | 3. Analizar para tomar buenas decisiones   | Analizar y valorar críticamente los medios de comunicación.             | Analizar los mensajes publicitarios de diversos medios de comunicación.         | Participar en un debate sobre la importancia de los medios de comunicación en la construcción de comportamientos y creencias. | 5                | 5. Estructura de la oración y estructura del párrafo<br>6. Los nexos causales, conectorios y condicionales<br>7. El anuncio publicitario                          |                           |
|                          | Participación ciudadana | 4. La opinión de los consumidores  | Analizar y valorar críticamente los medios de comunicación.             | Realizar encuestas sobre la influencia de la publicidad.                        | Perifoneo mural con resúmenes, análisis e información reunida mediante encuestas.   | 5                | 8. ¿Cómo se hace una encuesta?  |                           |
| 2                        | Participación ciudadana | 5. Presentar solicitudes   | Leer y utilizar distintos documentos administrativos y legales.         | Utilizar documentos con el fin de presentar solicitudes.                        | Reporte de una investigación sobre solicitudes y trámites para solicitar pasaporte, trabajo, ingreso al bachillerato.         | 8                | 9. Las solicitudes<br>10. La redacción del curriculum vitae   | Ratón para el buen lector |
|                          | Estudio                 | 6. Participar en debates   | Participar en eventos comunicativos formales.                           | Participar en debates sobre temas investigados previamente.                     | Participación en un debate formal.  | 8                | 11. Los textos argumentativos y sus características<br>12. El debate y la contrargumentación<br>13. Las falacias, las argumentaciones contradictorias y la ironía |                           |
|                          | Literatura              | 7. Palabras de mis lecturas. Hacer analogías y prólogos                            | Leer y escribir para compartir la interpretación de textos literarios.  | Elaborar y prologar analogías.  | Analogía prologada.   | 8                | 14. Los prólogos  |                           |
| 3                        | Estudio                 | 8. Revisar y reescribir informes de experimentos                                   | Revisar y reescribir textos producidos en distintos ámbitos de estudio. | Revisar y reescribir informes sobre experimentos.                               | Leer y corregir el informe de un experimento.   | 8                | 15. Las características del informe de experimentos<br>16. Las explicaciones en los textos informativos y las oraciones compuestas                                | Ratón para el buen lector |
|                          | Literatura              | 9. De viaje en el pasado... lectura de textos medievales y renacentistas           | Leer para conocer otros pueblos.  | Leer una obra en español medieval o en español renacentista.                    | Panel sobre la Edad Media y el Renacimiento.  | 14               | 17. Tópicos de textos<br>18. Características del español en la Edad Media y el Renacimiento<br>19. Los personajes y los ambientes de las obras narrativas         |                           |
|                          | Participación ciudadana | 10. Investigar sobre la diversidad lingüística y cultural de los pueblos del mundo | Investigar y debatir sobre la diversidad lingüística.                   | Investigar sobre la diversidad lingüística y cultural de los pueblos del mundo. | Elaboración de carteles para exponerlos en la escuela.  | 20               | 20. Las lenguas en el mundo actual<br>21. La escritura, sus tipos y sus consecuencias en la cultura   |                           |

### Contenidos en el grupo lo siguiente.

- ¿En qué lugares o circunstancias pueden externar libremente sus opiniones? ¿En cuáles no y por qué?
- ¿Han participado en debates? ¿Ha sido fácil participar en ellos? ¿Por qué?
- ¿Consideran que hacer un debate sobre ciertos asuntos o temas es importante? ¿Por qué?
- ¿Consideran que todos los argumentos tienen igual importancia o validez? ¿Por qué?
- ¿Es fácil argumentar sus opiniones? ¿Por qué?

En el cuadro que se presenta a continuación se señalan las actividades que llevarán a cabo, su propósito y el número de sesiones que tienen para efectuarlas.



| Actividades          |   | Propósito  | Sesiones   | Proceso de la clase de debate |
|----------------------|---|--|--|-------------------------------|
| Fase I               | <ul style="list-style-type: none"><li>• Leer textos argumentativos para identificarlos y reconocer sus características.</li><li>• Conocer los diferentes tipos de argumentos que pueden usarse para apoyar una afirmación u opinión sobre un tema.</li><li>• Analizar debates que se difunden mediante la televisión o la radio.</li><li>• Definir qué es un debate y señalar cuáles son sus características.</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>• Caracterizar el debate.</li></ul>  | 1, 2, 3 y 4  |                               |
|                      | Fase II   | <ul style="list-style-type: none"><li>• Buscar información sobre la violencia en la actualidad o sobre un tema de su interés.</li><li>• Preparar opiniones y argumentos relacionados con el tema elegido.</li><li>• Fijar una fecha para realizar el debate.</li><li>• Decidir quiénes desempeñarán las funciones de moderador, público, relator y participantes en el debate.</li><li>• Llevar a cabo el debate.</li><li>• Valorar las actividades realizadas en el proyecto.</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>• Prepararse para participar en un debate y llevarlo a cabo.</li></ul> |                               |
| Total de sesiones: 8 |   |  |  |                               |

### Para la siguiente sesión

- Investiguen qué es un debate. Tomen nota de lo que consideren esencial para definirlo y lleven sus apuntes a la siguiente sesión. No olviden escribir los datos de la fuente consultada.

**Para la siguiente sesión.** Indicadores para que realices actividades y prepares los materiales que ocuparás en la siguiente sesión.

# Guía de uso

## Para su proyecto.

Se sugieren actividades extracurriculares específicamente relacionadas con la realización del proyecto.

**Capítulo**

• Una autobiografía es el relato de la vida de una persona escrito por ella misma. Para elaborar una autobiografía se utilizan recursos literarios que contribuyen a despertar el interés del lector.

• Obtener premios como el Premio Nacional de Literatura en México en 1970 y el Premio Príncipe de Asturias en España en 1983. Falleció en México en 1986.

<http://www.bibliotecaaristoteles.com/biblioteca/temas/la-vida-de-juan-pablo-bonifaz>

**3. Expliquen al grupo las razones que los llevaron a saber cuál de los textos es una biografía y cuál una autobiografía.**

**4. Revisen los textos que llevaron a la clase. Identifiquen cuáles son biografías y cuáles autobiografías. Lean algunos pasajes de los textos y, con ayuda de su maestra o maestro, figuren qué tipo de narrador se usa en cada uno.**

a) En primera persona (yo vi, entendí, escuché con atención... comprendí que...).

b) En segunda persona (tú caminabas lentamente y mirabas... pensaste que...).

c) En tercera persona (ella estudió en... vivió por la calle... acostumbraba...).

**5. Lean la Sección didáctica 97. Características de las biografías y autobiografías (página 247) y realicen las actividades que allí se indican.**

**Para su proyecto**

- Elaboren una lista de acontecimientos que hayan ocurrido en su vida para empezar a seleccionar la información que incluirán en su autobiografía.
- Busquen fotografías de cuando eran niños, si tienen con sus papás, amigos o las personas importantes en su vida. Seleccionen tres fotografías que les gustaría integrar para ilustrar su autobiografía.

**Actividades permanentes** Realicen las actividades de la semana 6 de **El taller de escritura** (página 315).

Al terminar esta sesión, habrán concluido la Fase I de su proyecto.

**Fase I**

- Leer biografías y autobiografías de personajes de la historia, el arte o la literatura.
- Conocer la estructura de biografías y autobiografías.
- Identificar algunas características de las biografías y autobiografías.

**Sesión 5 Planear la escritura de la autobiografía y dar los primeros pasos**

En este proyecto escribirán su biografía partiendo del análisis que hagan de ustedes mismos, pero también recopilando información con familiares y amigos acerca de ustedes, cómo los ven o qué saben de etapas de su vida que no recuerdan bien (por ejemplo, cuando eran bebés). La recuperación de esta información la harán mediante entrevistas, así que pondrán en práctica los aprendizajes que han desarrollado con la realización de actividades anteriores.

152 Bloque 3. Literatura. Mi vida en palabras... mi autobiografía.

## Cuadros de fases y avance de proyecto.

Este cuadro indica cuándo ha terminado una fase del proyecto y las actividades que debes haber realizado.

Para que tengan una idea concreta de cómo formar sus carteles, observen los que hicieron algunos alumnos de otra escuela secundaria.

Estos equipos consiguieron, además, canciones en la lengua que eligieron, para reproducirlas durante la exposición de sus carteles.

**Bloque 3. Participación ciudadana. Investigar sobre la diversidad lingüística y cultural.**

107

**• Para practicar**

**1. Formen parejas. Lean el siguiente texto y subrayen la información más importante relacionada con los muebles que había en las casas de la Edad Media.**

**La vida, día a día.**

El mobiliario de las viviendas medievales era, por lo general, muy limitado. Eso explica que las casas de la Edad Media dieran una sensación de vacío. Apenas había otra cosa que los muebles imprescindibles para poder desarrollar las funciones vitales básicas, como comer y dormir. De hecho el mobiliario giraba en torno a cuatro elementos esenciales: la cama, la mesa, los bancos o asientos y las arca.

La cama era el mueble por excelencia. De ahí que decir de alguien que no tiene más que la cama en donde se reclinó, expresado frecuentemente en los textos castellanos de fines de la Edad Media, equivale a considerarlo persona de extrema pobreza. La cama solía ser de gran tamaño, de ahí que en ella dormían, ordinariamente, varias personas, a veces hasta seis. Ahora bien, en ocasiones la cama era simplemente un mueble desmontable, una serie de bancos o tablas que, al colocarse sobre ellos **almadaques** y colchón, se convertían por la noche en lecho para la familia. Pero también podía ser la cama una estructura de madera que, en ocasiones, se adornaba con un **dosel**. Los colchones podían estar rellenos de paja, en las casas de las gentes más pobres, o de plumas, lo que constituía un símbolo de **confort**. También variaba la ropa de cama, desde la sarga o una cosa hasta el lino o el oro.

Era igualmente de suma importancia en la vivienda de los europeos de la Edad Media la mesa. Había, por supuesto, numerosas modalidades de mesa, desde la que descansaba sobre caballetes, que se desmontaba al terminar de comer —de donde viene la expresión *quitar la mesa*— hasta la **almada** sobre la pared. La altura óptima de las mesas era de tres **palcos**, según la opinión expresada en el siglo XVI por Juan de Arvído, médico afincado en Sevilla. Era frecuente, no obstante, que no se alcanzara dicha altura, lo que significaba incomodidad evidente para los que se sentaban en torno a ella.

**Glosario**

- **almadaque**: Colchón, almohada o cojín.
- **dosel**: Mueble, a manera de techo, de adorno tipo o paréntesis que se pone a una cierta altura de la cama y la cubre.
- **confort**: Confortabilidad.
- **almada**: Almohada o cojín.
- **palco**: Unidad de medida de la altura.

Sección didáctica 247

## Glosario.

Definiciones de palabras que precisan algunos conceptos de difícil comprensión.

## Lecturas.

Textos literarios, periodísticos, de divulgación e informativos, entre otros, básicos para la realización de actividades dentro del aula.

**Actividades permanentes.** Son actividades que te permitirán desarrollar habilidades de lectura y escritura; también te servirán para compartir con tus compañeros y compañeras tus intereses y opiniones sobre diversos autores o temas y para que desarrolles una actitud crítica hacia los materiales escritos.

| Agenda de actividades permanentes |   |                       |
|-----------------------------------|---|-----------------------|
| Semana                            | Actividades   | Señalar si ya se hizo |
| 3                                 | <p><b>Construir relatos de experiencias personales</b></p> <p>Con su fotografía favorita o la tuya, consigan un pequeño relato que haga referencia a cuándo la tomaron, a qué les gustó, dónde estaban, qué hacían, por qué se la tomaron. Escriban por qué esa foto es su favorita.</p> <p>• Lleven un periódico a la siguiente sesión de actividades permanentes.</p>   |                       |
| 4                                 | <p><b>Redactor noticias</b></p> <p>En esta sesión van a redactar una noticia a partir de alguna que hayan leído en el periódico que llevaron.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lean algunas noticias que haya en el periódico que llevaron.</li> <li>• Seleccionen una que les haya llamado la atención.</li> <li>• Reelabórenla pensando en que los protagonistas son seres de otro planeta.</li> <li>• Trásten su texto: Unos noticias de ficción.</li> <li>• Revisen que su noticia esté completa, que tenga el qué, o quién hizo qué, cuándo, dónde, cómo, por qué...</li> <li>• Que las descripciones de los participantes, de los hechos y los lugares sean las adecuadas pensando en que los sucesos ocurrieron en otro planeta.</li> <li>• Corrijan ortografía, uso de espacios y signos de puntuación.</li> </ul>  |                       |
| 5 y 6                             | <p><b>Redactor reseñas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pidan a su maestra o maestro que lleve una película de buen cine que puedan ver en el grupo.</li> <li>• Ocupen una sesión o dos para verla. La idea es que entre todo el grupo puedan escribir, colectivamente, una reseña de ella, con la ayuda de su maestra o maestro.</li> <li>• Luego de ver la película, entre todos construyan un resumen de la misma cartilán algunos elementos de la trama, pero sin contar el final.</li> <li>• Hagan un comentario sobre la calidad de los personajes, la actuación, la fotografía, la música, el vestuario.</li> <li>• Busquen información en Internet u otros medios sobre la filmación, los actores o para saber si la película está basada en una historia real.</li> <li>• Den algunos datos del director o del guionista.</li> <li>• Señalen qué consideran es valioso de la película, qué no les gustó, y por qué. Es decir, hagan una valoración crítica.</li> <li>• Redacten la ficha de referencia (director, año en que se hizo, formato, etcétera).</li> <li>• Pongan un título atractivo a su texto.</li> <li>• Revisenlo, gústenlo en tiempo y guárdenlo para la publicación.</li> </ul> |                       |
| 7                                 | <p><b>Vamos a argumentar</b></p> <p>Durante esta sesión van a construir un texto argumentativo sobre un tema de su interés o sobre la fiesta de muertos de noviembre, en México. Si eligen este tema, realicen lo siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Incluyan a lo menos el texto titulado <i>Diez de muertos/Halloween importado para la ciudad que está en la Sección didáctica 111: Los textos argumentativos y sus características (página 219)</i>.</li> <li>• Ahora, en parejas, elaboren un texto argumentativo con la misma temática pero defendiendo una tesis contraria a la que plantea el texto.</li> <li>• Recuerden que pueden argumentar dando ejemplos.</li> <li>• Revisen que su texto lleve: título, párrafo (o) de introducción (para señalar el tema y enmarcar su opinión o tesis), sus argumentos y una conclusión.</li> <li>• Busquen con imágenes su texto argumentativo.</li> </ul>   |                       |

Actividades permanentes. 315

**Modelos para elaborar tus propios proyectos.**

Se incluyen en cada proyecto.

## Esquema de logros.

Contiene cuadros para valorar los logros obtenidos en cada bimestre con el desarrollo de los proyectos.

**Esquema de logros**

En los recuadros de abajo, marca con una (✓) tus niveles de logros o avances. Si consideras que cumples con lo señalado pon la marca en la columna de color verde; si consideras que estás en vías de lograrlo, la marca irá en la columna correspondiente al color amarillo; finalmente, si piensas que lo que se menciona es algo que aún no logras hacer o dominar, coloca la marca en la columna del color rojo. De esta manera identificarás en los aspectos que necesitas repasar o practicar más para cumplir con los objetivos de aprendizaje de este bimestre. Si has tenido algún problema, solicita el apoyo de tu maestro o maestra o de algunos de tus compañeros.

|   | Verde | Amarillo | Rojo |
|---|-------|----------|------|
| Adquirí información sobre diversos movimientos poéticos.  |       |          |      |
| Identifico la función de algunas figuras retóricas.   |       |          |      |
| Adquirí más conocimientos acerca de cómo funcionan los textos argumentativos y los expositivos.                             |       |          |      |
| Identifico fácilmente diversos tipos de argumentos.   |       |          |      |
| Reconozco fácilmente los párrafos en un texto.  |       |          |      |
| Identifico los conectores en un texto y puedo reconocer sus funciones.  |       |          |      |
| Identifico las funciones que tienen algunos signos de puntuación como la coma, el punto y coma y el punto y seguido.        |       |          |      |
| Sé qué es una encuesta y cómo se diseña.  |       |          |      |
| Aprendí cómo analizar un mensaje publicitario.  |       |          |      |
| Logré expresar oralmente un texto poético y lo hice de manera adecuada.   |       |          |      |
| Distincí la lectura de textos poéticos porque entendí el mensaje que el autor quiso expresar.                               |       |          |      |
| Mejoré mi habilidad para redactar resúmenes.  |       |          |      |
| Desarrollé mi habilidad para construir y presentar argumentos en un debate o para apoyar una respuesta o elección.          |       |          |      |
| Mejoré mis habilidades para buscar información usando medios diversos (con informantes, en libros, en medios electrónicos). |       |          |      |

52 Bloque 1. Esquema de logros.

## Y para terminar...

### A. A buscar argumentos para elegir.

1. Observen los mensajes publicitarios que aparecen a continuación.
2. Seleccionen
  - el más divertido
  - el más creativo
  - el que pretende beneficiar a la sociedad
  - el que pretende engañar
3. Argumenten sus elecciones frente a sus compañeros.



54 Bloque 1. Y para terminar.

**Y para terminar...** Sección lúdica, cuyo fin es confirmar, de manera divertida, el conocimiento adquirido.

## Cápsula.

Textos breves que complementan la información sobre un tema, en el momento en que esto se necesita.

**Secuencia didáctica 10**

**La redacción del currículum vitae**

En el currículum vitae se agrupan los datos personales de la siguiente manera:

- **Generales:** nombre, nacionalidad, edad, estado civil, dirección particular, teléfono y, si se tiene, correo electrónico.
- **De formación académica o escolaridad:** estudios que se han realizado, en dónde y en qué fechas. También se anota si se cuenta con alguna constancia.
- **Otros cursos que se han tomado o habilidades que se han desarrollado:** (como saber utilizar una computadora, hablar algún idioma, tocar algún instrumento musical, etcétera).
- **De la experiencia laboral:** se anotan los trabajos o cargos que se han desempeñado, el nombre de las empresas o instituciones y las fechas.
- **Méritos:** como premios o distinciones o reconocimientos que se han recibido.
- En algunos otros contextos (más académicos) se pone, además, si se han escrito libros o artículos, o asistido a congresos, entre otros.

**Para practicar**

1. Reúnanse con sus compañeros de equipo. Lean el currículum vitae elaborado por una maestra; la finalidad era solicitar una beca para comenzar sus estudios de doctorado. También lean el que hizo una persona que solicita entrar a jugar a un nuevo equipo. Localicen y analicen las partes que contienen. Revisen si tienen todos los datos que antes hemos señalado; vean si faltan algunos y cuáles son, o si incluyeron otro tipo de datos que no se han mencionado en el esquema anterior. Escriban en su cuaderno lo que hallaron.

**A**

**CURRÍCULUM VITAE**

**DATOS GENERALES**

Nombre: Amanda González Domín  
 Fecha de nacimiento: 22 de febrero de 1973  
 Estado civil: Casada  
 Dirección: 14 Poniente 1306, col. Centro, Puebla, Pue., C. P. 72000  
 Tel. casa: (01-222) 2 87 34 60  
 Correo electrónico: amang286@hotmail.com

**ESCOLARIDAD**

Maestría en Educación, UNIP (2003-2007)  
 Licenciatura en Educación Básica, INEP (1991-1995)  
 Bachillerato, COLETS 34 (1987-1990)

216 Secuencias didácticas.

**Secuencias didácticas.** Se encuentran en la segunda parte del libro y abordan, por medio de actividades e información, los contenidos (temas de reflexión) que, por su complejidad, requieren un tratamiento especial a fin de que puedas comprenderlos y aplicarlos. A lo largo de los proyectos se encuentran las indicaciones para acudir a la secuencia didáctica correspondiente. Cada secuencia está numerada y por el color se puede identificar a qué bloque pertenece. El propósito de esta estructura es que puedas ir de un proyecto a las secuencias didácticas; de un proyecto a otro, etc., según lo vaya requiriendo el trabajo por bimestres. Además, podrá utilizarse como material de consulta, tanto en la asignatura de Español como en otras que se lleven durante el año escolar.

# Índice

|                                |    |
|--------------------------------|----|
| Introducción                   | 3  |
| Guía de uso                    | 5  |
| Tabla de contenidos y sesiones | 12 |
| Aprendizajes esperados         | 16 |

## Bloque 1 17

### Proyecto 1. Un recital de poesía 18

#### Fase I

|  |    |
|--|----|
| Sesión 1. Introducción                                       | 18 |
| Sesiones 2 y 3. Los movimientos poéticos                     | 20 |
| Sesión 4. La información sobre el movimiento poético elegido | 21 |
| Sesiones 5 y 6. Figuras retóricas                            | 21 |

#### Fase II

|  |    |
|--|----|
| Sesiones 7 y 8. La lectura para seleccionar los poemas | 22 |
| Sesión 9. El análisis del poema                        | 22 |

#### Fase III

|   |    |
|---|----|
| Sesión 10. Organización del recital                             | 26 |
| Sesiones 11 y 12. El recital y la valoración de las actividades | 27 |

### Proyecto 2. ¿Por qué compramos lo que compramos? Leer y comparar información 28

#### Fase I

|  |    |
|--|----|
| Sesión 1. Introducción   | 28 |
| Sesión 2. Tipos de texto   | 29 |
| Sesión 3. Cómo se argumenta  | 30 |
| Sesiones 4 y 5. La comunicación de las ideas y el uso de conectores o nexos en el discurso | 31 |
| Sesión 6. Lectura de textos sobre la publicidad  | 31 |

#### Fase II

|                                |    |
|--------------------------------|----|
| Sesiones 7 y 8. Resumir textos | 35 |
|--------------------------------|----|

### Proyecto 3. Analizar para tomar buenas decisiones 38

#### Fase I

|   |    |
|---|----|
| Sesión 1. Introducción                                | 38 |
| Sesiones 2 y 3. El análisis de mensajes publicitarios | 40 |

#### Fase II

|  |    |
|--|----|
| Sesión 4. Escribir y corregir el texto de análisis | 40 |
|--|----|

#### Fase III

|                     |    |
|---------------------|----|
| Sesión 5. El debate | 43 |
|---------------------|----|

### Proyecto 4. La opinión de los consumidores 44

#### Fase I

|   |    |
|---|----|
| Sesión 1. Introducción  | 44 |
| Sesiones 2 y 3. Diseñar encuestas   | 45 |
| Sesión 4. La elaboración de gráficas y textos con los resultados de la encuesta | 48 |

#### Fase II

|  |    |
|--|----|
| Sesión 5. El montaje del periódico mural | 51 |
|--|----|

|                   |    |
|-------------------|----|
| Esquema de logros | 52 |
|-------------------|----|

|                    |    |
|--------------------|----|
| Y para terminar... | 54 |
|--------------------|----|

## Bloque 2 55

### Proyecto 5. Presentar solicitudes 56

#### Fase I

|  |    |
|--|----|
| Sesión 1. Introducción   | 56 |
| Sesión 2. Las solicitudes  | 58 |
| Sesiones 3 y 4. El curriculum vitae y la investigación sobre ciertos casos | 58 |

#### Fase II

|  |    |
|--|----|
| Sesiones 5 y 6. La redacción del caso  | 61 |
| Sesiones 7 y 8. La presentación de resultados en el grupo y la valoración del proyecto | 62 |

### Proyecto 6. Participar en debates 64

#### Fase I

|  |    |
|--|----|
| Sesión 1. Introducción                                     | 64 |
| Sesiones 2 y 3. La estructura de los textos argumentativos | 66 |
| Sesión 4. La argumentación en el debate                    | 66 |

#### Fase II

|   |    |
|---|----|
| Sesiones 5 y 6. Investigar sobre el tema y preparar la participación en el debate | 67 |
|---|----|

|  |    |
|--|----|
| Sesiones 7 y 8. Efectuar el debate y valorar las actividades | 68 |
|--|----|





## Proyecto 7. Palabras de mis lecturas...

### Hacer antologías y prólogos

70

#### Fase I

Sesión 1. **Introducción**

70

Sesiones 2 y 3. **Características de los prólogos**

72

#### Fase II

Sesión 4. **Decidir el criterio que se usará para la selección de los materiales**

72

Sesiones 5 y 6. **La selección de los materiales y su integración en una antología**

74

#### Fase III

Sesión 7. **Redacción del prólogo**

75

Sesión 8. **Lectura de las antologías y prólogos elaborados**

77

**Esquema de logros**

78

**Y para terminar...**

80

## Bloque 3

81

## Proyecto 8. Revisar y reescribir informes de experimentos

82

### Fase I

Sesión 1. **Introducción**

82

Sesiones 2 y 3. **La estructura de los informes sobre experimentos**

83

Sesiones 4 y 5. **La importancia de las explicaciones, la tipografía y las ilustraciones**

84

### Fase II

Sesiones 6 y 7. **La revisión y corrección del informe sobre experimentos**

87

Sesión 8. **La reflexión sobre las actividades realizadas**

89

## Proyecto 9. De viaje en el pasado... lectura de textos medievales y renacentistas

90

### Fase I

Sesión 1. **Introducción**

90

Sesiones 2 a 4. **Qué sabíamos y qué vamos encontrando sobre el periodo histórico elegido**

93

### Fase II

Sesión 5. **Características del español de la Edad Media y el Renacimiento**

96

Sesiones 6 a 10. **Lectura de la obra elegida**

96

### Fase III

Sesiones 11 y 12. **El análisis de la obra**

97

### Fase IV

Sesión 13. **La preparación del panel**

98

Sesión 14. **La realización del panel y la valoración de lo aprendido**

99

## Proyecto 10. Investigar sobre la diversidad lingüística y cultural de los pueblos del mundo

100

### Fase I

Sesión 1. **Introducción**

100

Sesiones 2 y 3. **Las lenguas que se hablan en el mundo**

102

Sesión 4. **El multilingüismo**

102

Sesión 5. **Las lenguas escritas**

104

### Fase II

Sesiones 6 y 7. **La investigación sobre una lengua y la redacción de su ficha para el cartel**

105

Sesión 8. **Elaboración de los carteles y el montaje de la exposición**

106

Sesiones 9 y 10. **La exposición y la valoración de lo aprendido**

109

**Esquema de logros**

110

**Y para terminar...**

112



## Bloque 4 113

### Proyecto 11. Una lectura de oro... lectura en atril de un fragmento de una obra de teatro del Siglo de Oro 114

#### Fase I

Sesión 1. **Introducción** 114

Sesión 2. **Autores y obras representativas del teatro del Siglo de Oro** 116

Sesión 3. **Características de las obra del Siglo de Oro** 117

Sesiones 4 a 6. **Lectura de la obra** 118

#### Fase II

Sesión 7. **El análisis de la obra y la selección de los pasajes que leerán** 119

Sesiones 8 y 9. **Preparación y realización de la lectura en atril de los personajes elegidos** 123

### Proyecto 12. Participar en la solución de problemas de la comunidad escolar 126

#### Fase I

Sesión 1. **Introducción** 126

Sesión 2. **¿Cuál será nuestro problema?** 127

Sesión 3. **Conocer mejor el problema y proponer soluciones posibles** 128

#### Fase II

Sesión 4. **Analizar una campaña que se lleva a cabo en la comunidad y diseñar una campaña para solucionar el problema** 129

Sesiones 5 y 6. **Los arreglos necesarios y ¡manos a la obra!** 131

### Proyecto 13. Realizar entrevistas, comunicar los resultados 132

#### Fase I

Sesión 1. **Introducción** 132

Sesiones 2 y 3. **Características de la entrevista escrita** 133

#### Fase II

Sesión 4. **Planear la entrevista** 134

Sesiones 5 y 6. **Transcribir algunos fragmentos de la entrevista y revisar las notas que se tomaron** 139

Sesiones 7 y 8. **Redactar el informe de la entrevista, revisarlo y hacer las correcciones pertinentes** 141

Sesión 9. **Leer algunas entrevistas elaboradas por los equipos y hacer una valoración del trabajo realizado** 143

**Esquema de logros** 144

**Y para terminar...** 146

## Bloque 5 147

### Proyecto 14. Mi vida en palabras... mi autobiografía 148

#### Fase I

Sesión 1. **Introducción** 148

Sesiones 2 a 4. **Lectura de biografías y autobiografías** 150

#### Fase II

Sesión 5. **Planear la escritura de la autobiografía y dar los primeros pasos** 152

Sesiones 6 y 7. **Recuperar otras voces para la autobiografía** 156

Sesión 8. **Cómo se ven a sí mismos: su autorretrato** 158

Sesiones 9 y 10. **Redactar la autobiografía y revisarla** 159

#### Fase III

Sesión 11. **Formación de la antología o del anuario** 160

Sesión 12. **La lectura de algunos textos autobiográficos y la valoración de lo aprendido** 163



## Proyecto 15. Leer y escribir artículos de opinión 164

### Fase I

Sesión 1. **Introducción** 164

Sesiones 2 a 4. **Qué es un artículo de opinión** 166

Sesión 5. **Los artículos de opinión y las noticias** 167

### Fase II

Sesión 6. **Qué hacen los expertos cuando escriben artículos de opinión** 170

Sesiones 7 y 8. **La elección del tema, la búsqueda de información y el esquema de ideas previo** 174

Sesiones 9 y 10. **La redacción del artículo de opinión y su revisión para mejorarlo** 176

### Fase III

Sesiones 11 y 12. **Selección de los artículos que se publicarán y valoración de lo aprendido** 179

**Esquema de logros** 180

**Y para terminar...** 182

## Secuencias didácticas 183

1. **Algunas escuelas o movimientos poéticos** 184
2. **Figuras retóricas** 188
3. **Los tipos de texto** 191
4. **Tipos de argumento** 196
5. **Estructura de la oración y estructura del párrafo** 200
6. **Los nexos causales, concesivos y condicionales** 205
7. **El anuncio publicitario** 209
8. **¿Cómo se hace una encuesta?** 212
9. **Las solicitudes** 214
10. **La redacción del curriculum vitae** 216
11. **Los textos argumentativos y sus características** 219
12. **El debate y la contraargumentación** 223
13. **Las falacias, las argumentaciones contradictorias y la ironía** 228
14. **Los prólogos** 231
15. **Las características del informe de experimentos** 236
16. **Las explicaciones en los textos informativos y las oraciones compuestas** 239
17. **Tomar notas de textos** 245
18. **Características del español en la Edad Media y el Renacimiento** 249

19. **Los personajes y los ambientes de las obras narrativas** 256
20. **Las lenguas en el mundo actual** 260
21. **La escritura, sus tipos y sus consecuencias en la cultura** 265
22. **El teatro en el Siglo de Oro de la literatura española** 270
23. **Algunas características del teatro español del Siglo de Oro (las figuras retóricas)** 273
24. **Cómo identificar y estudiar problemas** 279
25. **Estructura y aspectos discursivos de la entrevista escrita** 282
26. **Organización gráfica de algunos elementos característicos de la entrevista escrita** 285
27. **Características de las biografías y autobiografías** 292
28. **Las características de los artículos de opinión** 302
29. **Algunos recursos lingüísticos y discursivos que se usan en los artículos de opinión** 307

## Actividades permanentes 311

- Primer bimestre: **Lectura libre de cuentos** 312
- Segundo y tercer bimestres: **Retos para el buen lector** 313
- Cuarto y quinto bimestres: **El taller de escritura** 314

## Anexo 317

## Bibliografía 326



# Organizador de proyectos

| Bloque | Ámbito                  | Proyecto   | Prácticas generales  | Prácticas específicas   |
|--------|-------------------------|--|--|---|
| I      | Literatura              | 1. Un recital de poesía  | Hacer el seguimiento de algún subgénero, temática o movimiento.        | Hacer el seguimiento de un periodo o movimiento poético.                        |
|        | Estudio                 | 2. ¿Por qué compramos lo que compramos? Leer y comparar información                | Obtener y organizar información.                                       | Leer y comparar diferentes tratamientos de un mismo tema.                       |
|        | Participación ciudadana | 3. Analizar para tomar buenas decisiones   | Analizar y valorar críticamente los medios de comunicación.            | Analizar los mensajes publicitarios de diversos medios de comunicación.         |
|        |                         | 4. La opinión de los consumidores  | Analizar y valorar críticamente los medios de comunicación.            | Realizar encuestas sobre la influencia de la publicidad.                        |
| 2      | Participación ciudadana | 5. Presentar solicitudes   | Leer y utilizar distintos documentos administrativos y legales.        | Utilizar documentos con el fin de presentar solicitudes.                        |
|        | Estudio                 | 6. Participar en debates   | Participar en eventos comunicativos formales.                          | Participar en debates sobre temas investigados previamente.                     |
|        | Literatura              | 7. Palabras de mis lecturas...Hacer antologías y prólogos                          | Leer y escribir para compartir la interpretación de textos literarios. | Elaborar y prologar antologías.   |
| 3      | Estudio                 | 8. Revisar y reescribir informes de experimentos                                   | Revisar y reescribir textos producidos en distintas áreas de estudio.  | Revisar y reescribir informes sobre experimentos.                               |
|        | Literatura              | 9. De viaje en el pasado... lectura de textos medievales y renacentistas           | Leer para conocer otros pueblos.                                       | Leer una obra en español medieval o en español renacentista.                    |
|        | Participación ciudadana | 10. Investigar sobre la diversidad lingüística y cultural de los pueblos del mundo | Investigar y debatir sobre la diversidad lingüística.                  | Investigar sobre la diversidad lingüística y cultural de los pueblos del mundo. |

## Organizador de proyectos

| Producto  | Núm. de sesiones | Secuencias didácticas  | Actividades permanentes   |
|---|------------------|--|---------------------------|
| Organizar un recital de poesía.   | 12               | 1. Algunas escuelas o movimientos poéticos<br>2. Figuras retóricas   | Lectura libre de cuentos  |
| Reunir información para un periódico mural.   | 8                | 3. Los tipos de texto<br>4. Tipos de argumentos  |                           |
| Participar en un debate sobre la importancia de los medios de comunicación en la construcción de comportamientos y creencias. | 5                | 5. Estructura de la oración y estructura del párrafo<br>6. Los nexos causales, concesivos y condicionales<br>7. El anuncio publicitario                            |                           |
| Periódico mural con resúmenes, análisis e información reunida mediante encuestas.   | 5                | 8. ¿Cómo se hace una encuesta?   |                           |
| Reporte de una investigación sobre solicitudes y trámites para solicitar pasaporte, trabajo, ingreso al bachillerato.         | 8                | 9. Las solicitudes<br>10. La redacción del <b>curriculum vitae</b>   | Retos para el buen lector |
| Participación en un debate formal.  | 8                | 11. Los textos argumentativos y sus características<br>12. El debate y la contraargumentación<br>13. Las falacias, las argumentaciones contradictorias y la ironía |                           |
| Antología prologada.  | 8                | 14. Los prólogos   |                           |
| Leer y corregir el informe de un experimento.   | 8                | 15. Las características del informe de experimentos<br>16. Las explicaciones en los textos informativos y las oraciones compuestas                                 |                           |
| Panel sobre la Edad Media y Renacimiento.   | 14               | 17. Tomar notas de textos<br>18. Características del español en la Edad Media y el Renacimiento<br>19. Los personajes y los ambientes de las obras narrativas      |                           |
| Elaboración de carteles para exponerlos en la escuela.  | 10               | 20. Las lenguas en el mundo actual<br>21. La escritura, sus tipos y sus consecuencias en la cultura  |                           |

# Organizador de proyectos

| Bloque | Ámbito                  | Proyecto  | Prácticas generales   | Prácticas específicas  |
|--------|-------------------------|---|---|--|
| 4      | Literatura              | 11. Una lectura de oro... lectura en atril de un fragmento de una obra de teatro del Siglo de Oro | Participar en experiencias teatrales.                           | Leer en atril una obra del Siglo de Oro.                             |
|        | Participación ciudadana | 12. Participar en la solución de problemas de la comunidad escolar                                | Leer y utilizar distintos documentos administrativos y legales. | Participar en la solución de problemas de la escuela o la comunidad. |
|        | Estudio                 | 13. Realizar entrevistas, comunicar los resultados  | Obtener y organizar información.                                | Comunicar información obtenida mediante entrevistas.                 |
| 5      | Literatura              | 14. Mi vida en palabras... mi autobiografía   | Escribir textos con propósitos expresivos y estéticos.          | Escribir su autobiografía.   |
|        | Participación ciudadana | 15. Leer y escribir artículos de opinión  | Analizar y valorar críticamente los medios de comunicación.     | Leer y escribir artículos de opinión.                                |





## Organizador de proyectos

| Producto   | No. de sesiones | Secuencias didácticas  | Actividades permanentes |
|--|-----------------|--|-------------------------|
| Lectura de teatro en atril.  | 9               | 22. El teatro en el Siglo de Oro de la literatura española<br>23. Algunas características del teatro español del Siglo de Oro (las figuras retóricas)    | El taller de escritura  |
| Una campaña planificada para la solución de problemas de la comunidad escolar.   | 6               | 24. Cómo identificar y estudiar problemas  |                         |
| Realizar una entrevista para obtener información.                                | 9               | 25. Estructura y aspectos discursivos de la entrevista escrita<br>26. Organización gráfica de algunos elementos característicos de la entrevista escrita |                         |
| Escribir sus autobiografías para integrarlas en una antología o anuario escolar. | 12              | 27. Las características de las biografías y autobiografías   |                         |
| Redacción de artículos de opinión.   | 12              | 28. Las características de los artículos de opinión<br>29. Algunos recursos lingüísticos y discursivos que se usan en los artículos de opinión           |                         |



# Aprendizajes esperados

## Primer bloque

- Compararás y evaluarás el tratamiento de un tema en diversos textos. Al hacerlo:
  - Analizarás las descripciones, los argumentos y las relaciones que se establecen entre los hechos.
  - Evaluarás los datos que se presentan.
- Interpretarás poemas. Al hacerlo:
  - Analizarás el lenguaje figurado.
  - Identificarás algunas de las características de la estructura poética propias del movimiento a que pertenecen.
- Identificarás las características y las funciones de algunos recursos lingüísticos y visuales que se utilizan en los mensajes publicitarios.

## Segundo bloque

- Analizarás algunas estrategias discursivas utilizadas por diferentes participantes en debates públicos. Al hacerlo:
  - Evaluarás la veracidad de diferentes versiones de un mismo hecho.
  - Identificarás los argumentos que utilizan.
- Darás a conocer tu opinión en debates y argumentarás tu postura ofreciendo datos o hechos relevantes que la respalden.
- Utilizarás la información de un prólogo para anticipar el contenido, los propósitos y las características de una obra literaria o una antología.
- Completarás un formulario para presentar una solicitud e identificarás los documentos que se deben anexar

## Tercer bloque

- Escribirás informes sobre experimentos. Al hacerlo:
  - Utilizarás vocabulario técnico pertinente.
  - Utilizarás adecuadamente los tiempos verbales.
  - Mantendrás la concordancia entre el sujeto y el verbo.
  - Emplearás la puntuación de manera pertinente.
- Interpretarás una obra del español medieval o renacentista. Al hacerlo:
  - Establecerás relaciones entre las acciones de los personajes y las circunstancias sociales de la época.
  - Identificarás algunas variantes históricas del español.
- Valorarás los efectos de la escritura en la estabilización de las lenguas.
- Valorarás la importancia de hablar y escribir más de una lengua.

## Cuarto bloque

- Comunicarás por escrito la información obtenida a través de entrevistas. Al hacerlo:
  - Sintetizarás e integrarás en comentarios información obtenida de las respuestas del entrevistado.
  - Distinguirás en el reporte el discurso directo del indirecto.
  - Realizarás los cambios que se requieren para transcribir el lenguaje oral.
  - Emplearás la puntuación de manera pertinente.
- Interpretarás una obra de teatro del Siglo de Oro. Al hacerlo:
  - Identificarás algunas de sus características literarias.
  - Reconstruirás algunos de los valores de la época en que fue escrita.

## Quinto bloque

- Escribirás textos autobiográficos. Al hacerlo:
  - Nombrarás los personajes de manera variada y mantendrás la referencia.
  - Utilizarás los tiempos y modos verbales de manera coherente.
  - Emplearás la puntuación de manera pertinente.
- Identificarás el propósito comunicativo, el argumento y la postura del autor al leer artículos de opinión.
- Escribirás artículos de opinión argumentando tu punto de vista y asumiendo una postura clara en relación con el tema.



**Al** investigar sobre algún tema en varios textos, puedes encontrar semejanzas entre ellos, pero también diferencias. En este bloque leerás y compararás textos para comprender la forma en que exponen y argumentan la información con el propósito de afirmar un determinado punto de vista o influir en el lector.

Este tipo de análisis es esencial en el ámbito de la comunicación social, para observar cómo opera la publicidad y conocer cuáles son sus estrategias de persuasión.

Por otro lado, en el ámbito de la literatura, analizar una serie de poemas que pertenecen a una misma corriente artística, te permitirá identificar las características de dicho movimiento poético y comprender cómo veía el mundo ese grupo de escritores.

# BLOQUE 1

## En este bloque:

- Leerás y compararás diferentes tratamientos de un mismo tema.
- Harás el seguimiento de un periodo o movimiento poético.
- Realizarás encuestas sobre la influencia de la publicidad.
- Analizarás los mensajes publicitarios de diversos medios de comunicación.

## Actividades permanentes:

- Lectura libre de cuentos.



## Proyecto 1. Un recital de poesía

**Práctica general:** Hacer el seguimiento de algún subgénero, temática o movimiento.

**Práctica específica:** Hacer el seguimiento de un periodo o movimiento poético.

### Sesión 1 Introducción

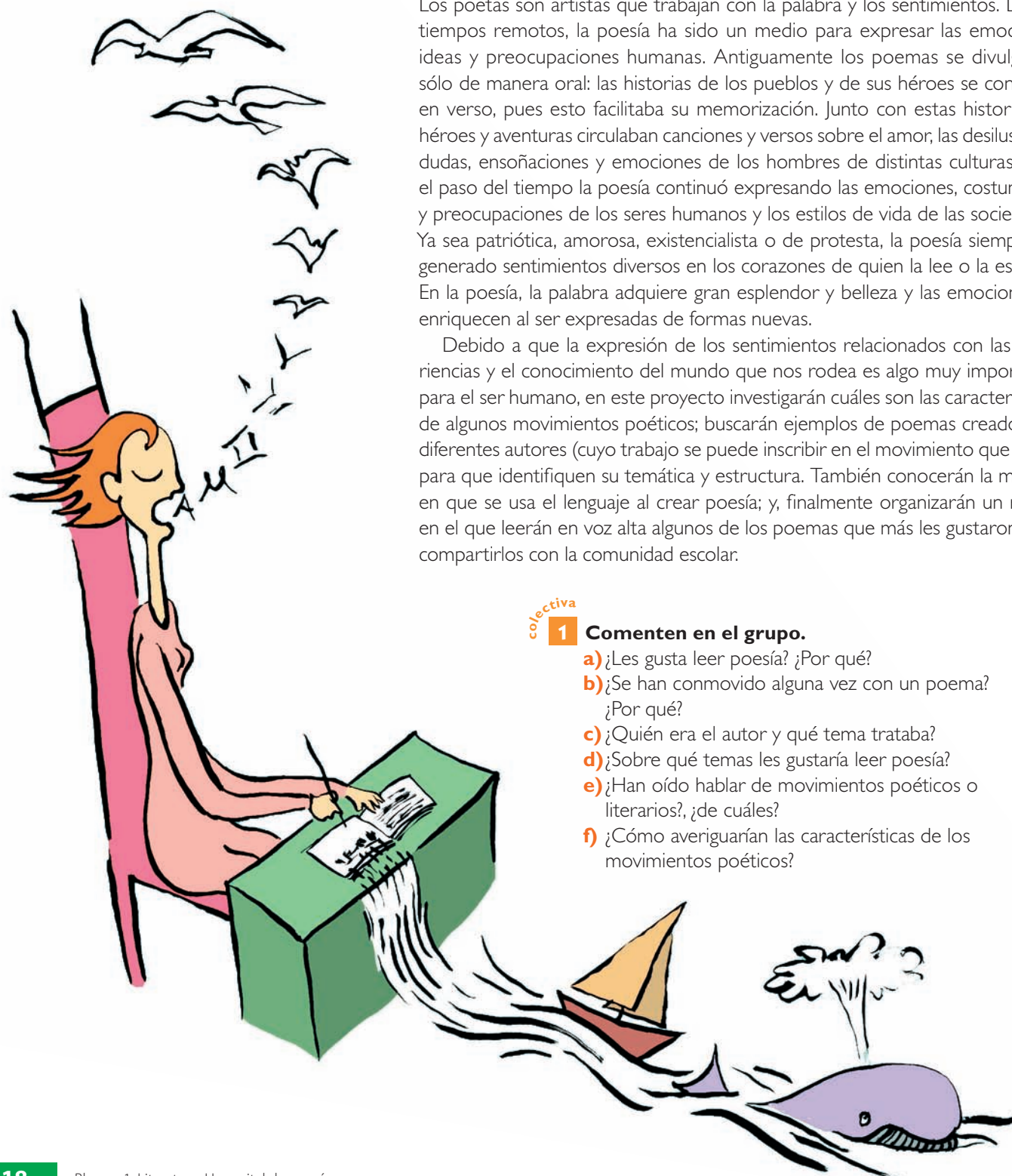
Los poetas son artistas que trabajan con la palabra y los sentimientos. Desde tiempos remotos, la poesía ha sido un medio para expresar las emociones, ideas y preocupaciones humanas. Antiguamente los poemas se divulgaban sólo de manera oral: las historias de los pueblos y de sus héroes se contaban en verso, pues esto facilitaba su memorización. Junto con estas historias de héroes y aventuras circulaban canciones y versos sobre el amor, las desilusiones, dudas, ensoñaciones y emociones de los hombres de distintas culturas. Con el paso del tiempo la poesía continuó expresando las emociones, costumbres, y preocupaciones de los seres humanos y los estilos de vida de las sociedades. Ya sea patriótica, amorosa, existencialista o de protesta, la poesía siempre ha generado sentimientos diversos en los corazones de quien la lee o la escucha. En la poesía, la palabra adquiere gran esplendor y belleza y las emociones se enriquecen al ser expresadas de formas nuevas.

Debido a que la expresión de los sentimientos relacionados con las experiencias y el conocimiento del mundo que nos rodea es algo muy importante para el ser humano, en este proyecto investigarán cuáles son las características de algunos movimientos poéticos; buscarán ejemplos de poemas creados por diferentes autores (cuyo trabajo se puede inscribir en el movimiento que elijan) para que identifiquen su temática y estructura. También conocerán la manera en que se usa el lenguaje al crear poesía; y, finalmente organizarán un recital en el que leerán en voz alta algunos de los poemas que más les gustaron para compartirlos con la comunidad escolar.

colectiva  
**1**

#### Comenten en el grupo.

- a) ¿Les gusta leer poesía? ¿Por qué?
- b) ¿Se han conmovido alguna vez con un poema? ¿Por qué?
- c) ¿Quién era el autor y qué tema trataba?
- d) ¿Sobre qué temas les gustaría leer poesía?
- e) ¿Han oído hablar de movimientos poéticos o literarios?, ¿de cuáles?
- f) ¿Cómo averiguarían las características de los movimientos poéticos?



El siguiente cuadro muestra las actividades que realizarán, su propósito y el número de sesiones que invertirán en cada una.

| Actividades |   | Propósito  | Sesiones          | Actividades permanentes |
|-------------|---|--|-------------------|-------------------------|
| Fase I      | <b>Buscar información</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Leer e investigar sobre distintos movimientos poéticos.</li><li>• Elegir un movimiento poético en particular.</li><li>• Investigar, en libros, páginas electrónicas, manuales, enciclopedias o diccionarios, algunas de las características principales de ese movimiento, para conocer más sobre el contexto histórico en que surgió.</li><li>• Indagar sobre figuras retóricas.</li></ul>   | <ul style="list-style-type: none"><li>• Investigar sobre distintos periodos o movimientos poéticos y elegir uno.</li><li>• Indagar en diversas fuentes sobre la historia del periodo elegido.</li></ul>                | 1, 2, 3, 4, 5 y 6 |                         |
| Fase II     | <b>Leer y analizar poemas</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Buscar y leer poemas del movimiento poético elegido.</li><li>• Identificar qué figuras retóricas, temas y estructura se usaban en los poemas del movimiento poético elegido.</li><li>• Reflexionar sobre qué elementos de la época se reflejan en los poemas del movimiento poético escogido.</li></ul>   | <ul style="list-style-type: none"><li>• Identificar la estructura y los temas de algunos poemas que se produjeron dentro del movimiento poético elegido.</li></ul>   | 7, 8 y 9          |                         |
| Fase III    | <b>Preparar el recital</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Discutir en el grupo cuáles poemas se leerán en el recital y preparar los textos de presentación de cada uno.</li><li>• Fijar fecha para el recital.</li><li>• Establecer los mecanismos adecuados para invitar al evento a la comunidad escolar y a invitados externos.</li><li>• Ensayar la lectura de los poemas que se presentarán en el recital.</li><li>• Realización del recital.</li><li>• Valoración crítica de las actividades realizadas.</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>• Elegir los poemas que leerán en el recital.</li><li>• Efectuar un ensayo previo al recital.</li><li>• Organizar una lectura en voz alta de los poemas seleccionados.</li></ul> | 10, 11 y 12       |                         |
|             |   | Total de sesiones: 12  |                   |                         |

**Actividades permanentes** Consulten en la página 312 las actividades que realizarán durante las siguientes semanas.

### Para la siguiente sesión

- Busquen en diccionarios especializados en literatura o en libros de historia de la literatura las características de alguno de los siguientes movimientos poéticos: barroco, romanticismo, modernismo, así como quiénes fueron los principales representantes de estos movimientos. Lleven a la siguiente sesión lo que investiguen, en forma de resúmenes, esquemas, biografías, poemas, etcétera.



Los movimientos literarios forman parte de la historia de la literatura.

## Los movimientos poéticos

La poesía, al igual que todas las artes, evoluciona de manera paralela a la sociedad que la produjo. Durante ésta y las siguientes sesiones, estudiarán algunos de los movimientos poéticos que se han dado a lo largo del tiempo.

equipo

- 1 Formen equipos de tres integrantes, compartan la información que investigaron acerca de los movimientos poéticos, y coméntenla. Con estos mismos compañeros realizarán todas las actividades de este proyecto.

colectiva

- 2 Hagan un listado con los nombres de los diversos movimientos poéticos que encontraron.

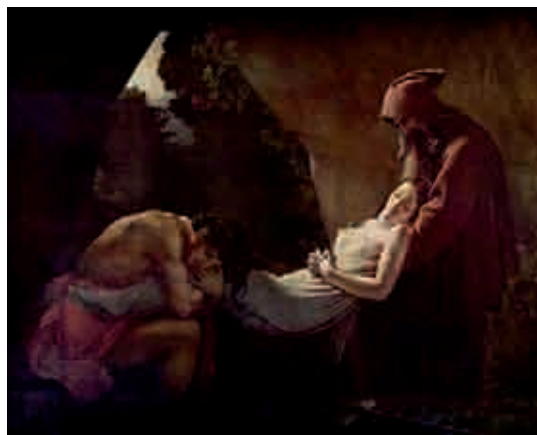
- 3 Con ayuda de su maestro o maestra, discutan con el grupo sus hallazgos y elaboren un esquema general de los movimientos poéticos. Pueden usar como guía lo siguiente:

| Nombre del movimiento | Lugar   | Características de los poemas (Temas, formas, etc.) | Autores representativos |
|-----------------------|---------|---|-------------------------|
|                       | Período |   |                         |
|                       |         |   |                         |

- 4 Revisen el cuadro de la **Secuencia didáctica 1: Algunas escuelas o movimientos poéticos** (página 184). Comparen lo que allí aparece con lo que investigaron y complementen su información. Al final, decidan sobre qué movimiento poético les gustaría indagar más para, posteriormente, buscar y leer poemas con los que prepararán su recital.

### Para la siguiente sesión

- En equipo, busquen más datos sobre el movimiento poético que les interesó (qué autores son los representantes de ese movimiento, cuáles son sus obras más importantes, sus temáticas y características principales). Profundicen en el conocimiento del contexto histórico, las costumbres de la época, las modas y los valores de ese periodo. Tomen notas y llévenlas a la siguiente sesión. Recuerden que pueden indagar en libros, diccionarios y páginas electrónicas, y también pedir ayuda a su maestro o maestra de Historia.
- Busquen poemas que pertenezcan a ese movimiento.
- Recuerden que en su Biblioteca Escolar y de Aula hay libros de poesía. Pueden hacer uso de ellos y de los diccionarios que en ellas se encuentran.
- Lleven el material que hayan conseguido, pues trabajarán con él durante las siguientes sesiones.



La pintura, al igual que la literatura, también ha sido objeto de diferentes movimientos artísticos. La que aquí observas, pertenece al romanticismo. (Girodet-Trioson. Los funerales de Atala. 1808. Museo de Louvre. París, Francia.)

## Sesión 4 La información sobre el movimiento poético elegido

Durante esta sesión elaborarán un resumen de las características del movimiento poético que eligieron.

### Cápsula

◆ Recuerden que el resumen es un escrito breve que recupera lo esencial de uno o varios textos.

equipo

### 1 Reúnanse en equipo y elaboren un resumen que incluya lo siguiente.

- Las características de la época en que apareció el movimiento poético que eligieron.
- Quiénes fueron los autores más representativos y cuáles se consideran sus obras más importantes.
- Las características de los poemas de ese movimiento (temas que se abordan y la forma que tienen).
- Los temas por los que se sentían más atraídos los escritores.

### 2 Lean de nuevo su resumen y revisen si la manera en que están redactadas las ideas permite que éstas se entiendan, si utilizaron la información más importante de las fuentes que consultaron, si los datos como fechas, nombres de los poetas, etc. están bien escritos, y si hay un empleo adecuado de la ortografía y la puntuación.

### 3 Intercambien con otro equipo sus resúmenes. Lean lo que escribieron sus compañeros, revísenlo y escriban al margen algunas sugerencias para mejorar su texto.

### 4 Con base en los comentarios y sugerencias de sus compañeros, corrijan su resumen, pásenlo en limpio y guárdenlo en su carpeta de proyectos, pues esta información les será de utilidad para contextualizar y presentar en el recital el poema que seleccionen.

### ■ Para la siguiente sesión

- Investiguen en diccionarios, páginas electrónicas o manuales de literatura qué se entiende por *figuras retóricas*.

**Actividades permanentes** Realicen las actividades de la semana 1 de **Lectura libre de cuentos** (página 312).

## Sesiones 5 y 6 Figuras retóricas

Durante las siguientes sesiones leerán poemas del movimiento poético que eligieron, para analizar sus características y seleccionar el que leerán en el recital. Por ello, es importante que recuerden lo que estudiaron en primer año respecto a las figuras retóricas, y que amplíen su conocimiento sobre estos recursos especiales del lenguaje.

equipo

### 1 Compartan la información que consiguieron acerca de las figuras retóricas y, con base en ella, elaboren su propia definición de lo que éstas son.

### 2 Revisen la **Secuencia didáctica 2: Figuras retóricas** (página 188), y comparen lo que ustedes escribieron con lo que allí se expresa; complementen su información y lleven a cabo los ejercicios que se piden.

### ■ Para la siguiente sesión

- Lleven los poemas que encontraron sobre el movimiento elegido.



Existen diccionarios especializados para consultar definiciones de las figuras retóricas.



Al terminar estas sesiones, ya deben haber concluido la Fase I de su proyecto.



Leer varios poemas es importante para conocer las características de un movimiento poético.

## Fase I

- Leer e investigar sobre distintos movimientos poéticos.
- Elegir un movimiento poético en particular.
- Investigar, en libros, páginas electrónicas, manuales, enciclopedias o diccionarios, algunas de las características principales de ese movimiento, para conocer más sobre el contexto histórico en que surgió.
- Indagar sobre figuras retóricas.

### Sesiones 7 y 8 La lectura para seleccionar los poemas

A lo largo de estas sesiones leerán los poemas que encontraron y que corresponden al periodo o movimiento poético que eligieron. Es importante que cuando encuentren uno que les guste mucho pidan a los demás que lo lean para decidir entre todos cuál será el que presentarán en el recital.

individual

**1** Lean individualmente los poemas que encontraron. Pueden poner música suave mientras leen durante la sesión.

**2** Cuando encuentres un poema que te guste, compártelo con tus compañeros de equipo.

equipo

**3** De entre todos los poemas que leyeron deben elegir uno por equipo, para leerlo durante el recital.

**4** Cuando hayan decidido en equipo qué poema les gusta a todos, fotocopienlo o escríbanlo y guárdenlo en su carpeta de proyectos.

#### ■ Para la siguiente sesión

- Lleven el poema que eligió su equipo (ya sea en fotocopia o transcrito por ustedes).
- Consigan diccionarios de términos literarios o manuales de poesía y llévenlos a la siguiente sesión. Su libro de texto de Español 1 también les será de utilidad.

#### Actividades permanentes

Realicen las actividades de la semana 2 de **Lectura libre de cuentos** (página 312).

### Sesión 9 El análisis del poema

En esta sesión llevarán a cabo el análisis del poema que escogieron para darle lectura durante el recital.

equipo

**1** Reúnanse en equipo, pues juntos analizarán el poema que eligieron. Léanlo con cuidado y escriban en su cuaderno las características de forma.

**a)** Analicen si tiene métrica y rima; si es, por ejemplo, un soneto, cuenten las estrofas que tiene, o destaquen si está escrito en verso libre. Para hacer este análisis consulten lo que estudiaron en primer año; también los diccionarios de términos literarios y manuales de poesía que consiguieron.

**2 Señalen si aparecen figuras retóricas y cuáles son. Luego fíjense en las características de contenido.**

- a) Qué tema trata, qué elementos compara o aborda.
- b) Qué expresiones les gustaron más por el significado y la emoción que proyectan.

**3 De ser necesario, incluyan un glosario con las palabras que no conozcan. Investiguen su significado y escríbanlo en su documento.**

**4 Con ayuda de su maestra o maestro, describan si algunas características (de forma o contenido) reflejan algo de la época histórica en que fue escrito.**

**5 Tomen nota de sus observaciones y redacten un texto que pueden titular como “Características del poema elegido”. Pidan a su maestra o maestro que lo revise. Guárdenlo en su carpeta de proyectos.**



*Las migraciones y exilios, a lo largo de la historia, han generado producciones artísticas. “Los niños de España” llegaron a México durante el gobierno de Lázaro Cárdenas para salvarse de la Guerra Civil Española.*

A continuación se presentan dos ejemplos de los textos que prepararon alumnos de secundaria para leerlos durante el recital de su grupo.



### **Barroco. Siglos XVI y XVII (en América Latina, hasta el siglo XVIII)**

Surge en lo que también fue llamado “Alto Renacimiento”, época en que se inventa la imprenta, hay grandes descubrimientos científicos y excelentes pintores y escultores. Hay una tendencia del pensamiento hacia lo científico, dejando atrás las ideas supersticiosas de la Edad Media. En Europa se hacen grandes construcciones arquitectónicas en las que predominan la belleza y las formas exuberantes y deslumbrantes. En la literatura también se reflejó esta nueva forma de percibir el mundo: la exuberancia se manifiesta en el uso de formas rebuscadas y es frecuente el uso de tropos (palabras con sentido distinto del usual).

#### **Temas:**

Tienen una fuerte presencia los temas amorosos, religiosos y sobre preocupaciones humanas.

#### **Autores:**

En España, los máximos representantes de este movimiento poético son: Francisco de Quevedo y Luis de Góngora, entre otros. En México, una de las más grandes exponentes de este movimiento poético fue sor Juana Inés de la Cruz.

A continuación presentamos un soneto de Francisco de Quevedo, que es un buen ejemplo de la poesía barroca.

## Glosario

♦ **Abrasador.** Que da tanto calor, que quema.

♦ **Da cuidado.** Que da preocupación, recelo o temor por algo que puede ocurrir.

♦ **Postrero.** En una serie, último o final.

♦ **Parasismo.** Antigua forma de "paroxismo", exaltación o intensificación extrema de las pasiones o de los sentimientos.

## Características del poema elegido:

En este poema aparece la figura de la antítesis, el tema es amoroso y, como es un soneto, está integrado por cuatro estrofas (dos cuartetos y dos tercetos); cada verso mide once sílabas y hay rima consonante entre los versos 1 y 4, y 2 y 3 de los cuartetos, y entre 1 y 3 de los tercetos.

## Definiendo el amor

Es hielo **abrasador**, es fuego helado,  
es herida que duele y no se siente,  
es un soñado bien, un mal presente,  
es un breve descanso muy cansado.

Es un descuido que nos **da cuidado**,  
un cobarde con nombre de valiente,  
un andar solitario entre la gente,  
un amar solamente al ser amado.

Es una libertad encarcelada,  
que dura hasta el **postrero parasismo**;  
enfermedad que crece si es curada.

Éste es el niño Amor, éste es su abismo,  
¡mirad cuál amistad tendrá con nada  
el que en todo es contrario de sí mismo!



Francisco de Quevedo. "Definiendo el amor", en Ricardo Baeza (comp.).  
*Antología de poetas líricos castellanos*. Barcelona: Océano, 2000, Tomo I, p. 288.

## Romanticismo. Del siglo XVIII al XIX, aproximadamente

Con la Revolución Francesa, a fines del siglo XVIII, se vive un ambiente de transformación. El imperio napoleónico abarcaba gran parte de Europa por lo que imponía sus normas en las artes y en todos los demás órdenes. En este tiempo surge el romanticismo en los países conquistados por dicho imperio. En los textos artísticos de este movimiento está presente la búsqueda de identidad y fuertes sentimientos patrióticos; se habla de la libertad y se considera a ésta como un valor supremo.

### Temas:

En la literatura del romanticismo aparecen obras en las que se expresa un sentimiento patriótico, el amor a la naturaleza, el dominio de la emoción sobre la razón y una preferencia por lo fantástico (por lo que suelen aparecer paisajes extravagantes y escandalosos para los valores de la época).



### El poema elegido y sus características

A continuación presentamos una composición de José de Espronceda (1808-1842), poeta español.

#### Canción del pirata

Con diez cañones por banda,  
viento en popa, a toda vela,  
no corta el mar, sino vuela  
un velero **bergantín**.

**Bajel** pirata que llaman,  
por su bravura, *el Temido*,  
en todo mar conocido  
del uno al otro **confín**.

La luna en el mar **riela**,  
en la lona gime el viento,  
y alza en blando movimiento  
olas de plata y azul;  
y va el capitán pirata,  
cantando alegre en la popa,  
Asia a un lado, al otro Europa,  
y allá a su frente Estambul:

“Navega, velero mío,  
sin temor,  
que ni enemigo navío  
ni tormenta, ni **bonanza**  
tu rumbo a torcer alcanza,  
ni a sujetar tu valor.

Veinte presas  
hemos hecho  
a despecho  
del inglés,  
y han rendido  
sus **pendones**  
cien naciones  
a mis pies.

*Que es mi barco mi tesoro,  
que es mi dios la libertad,  
mi ley, la fuerza y el viento,  
mi única patria, la mar.*

[...]”

Francisco Álvarez Allende y Alfonso García Rodríguez. *Antología de poetas españoles*. Madrid: Nebrija, 1978, pp. 78-79 (fragmento).

El tema de este poema es la vida de un marino y hay un tratamiento del barco y el mar como equivalentes de la patria; también aparece un sentimiento de exaltación de la libertad. Todos los versos son octosílabos, y algunos tienen rima consonante (los versos 2 y 3 por ejemplo). Hay metáforas y nos gustó mucho la siguiente expresión, por la forma en que se describen los sonidos del viento y los colores del mar.

En la lona gime el viento,  
y alza en blando movimiento  
olas de plata y azul.

#### Glosario

- ♦ **Bergantín**. Embarcación muy ligera, de vela.
- ♦ **Bajel**. Barco.
- ♦ **Confín**. Término que divide dos territorios y que señala los límites de cada uno de ellos.
- ♦ **Riela**. Que se refleja de forma temblorosa.
- ♦ **Bonanza**. Tiempo tranquilo o sereno en el mar.
- ♦ **Pendones**. Banderas.

#### Cápsula

- ♦ Observa que el título aporta información sobre el tema del poema. Desde el primer verso, se puede identificar palabras relacionadas con la vida en un barco y a éstas corresponden adjetivos que denotan atributos positivos. Los sentimientos expresados en el poema son de libertad, alegría, y bravura. Al final, ciertos aspectos que pueden considerarse determinantes para la vida (tesoros, dios, la ley y la patria), son comparados con elementos cotidianos en la vida del pirata (barco, libertad, viento y mar). Todo estos elementos son los que permiten fundamentar un comentario.



Al terminar esta sesión ya deben haber concluido la Fase II de su proyecto.

## Fase II

- Buscar y leer poemas del movimiento poético elegido.
- Identificar qué figuras retóricas, temas y estructura se usaban en los poemas del movimiento poético elegido.
- Reflexionar sobre qué elementos de la época se reflejan en los poemas del movimiento poético escogido.

### Sesión 10 Organización del recital

En esta sesión decidirán en grupo cuántos poemas leerán en el recital, y tomarán decisiones sobre su organización. También elaborarán el texto para la presentación de su poema, a partir de lo que hicieron en las sesiones 3 y 4.

equipo

**1** Cada equipo dará el nombre del poema que más le haya gustado y explicará por qué debe formar parte de la selección de poemas para la lectura en voz alta.

**2** Decidan si ocuparán una o dos sesiones para llevar a cabo el recital, en función del número de equipos que se formaron en el grupo, y teniendo en cuenta que no sólo leerán el poema elegido por cada equipo, sino también la pequeña introducción que se elaboró para contextualizarlo.

**3** Organícense al interior de cada equipo: decidan quién leerá el poema, quién pasará en limpio la presentación del poema y quién la leerá.

**4** Establezcan cuál será el orden en el que darán lectura a los poemas. Pueden decidirlo a partir del periodo más antiguo al más reciente, u optar por una organización temática: primero los de amor, después los patrióticos, etcétera.

**5** Tomen decisiones respecto a quiénes serán los invitados, cómo los invitarán, el lugar y la hora del evento.



*El contenido de los poemas les dará ideas para diseñar el vestuario y la escenografía del recital, si deciden utilizar estos recursos.*

#### Para su proyecto

- El alumno que leerá la poesía deberá ensayar en casa la lectura de su poema. A quien le haya tocado pasar en limpio el texto de la presentación debe constatar que en ella se haga referencia al contexto histórico del poema, así como un resumen de sus características de contenido y forma. El presentador debe practicar también, en casa, la lectura del texto para que el día del recital lo haga con soltura y de manera clara.

Finalmente, para que puedan ensayar mejor la lectura del poema, consideren las siguientes sugerencias.

- Entender por completo el significado de lo que están leyendo, de otra forma es difícil proyectar los sentimientos o las emociones que el poeta quiso comunicar.
- Poner especial atención en la claridad, el volumen y la fluidez durante la pronunciación de las palabras.
- Moderar sus gestos, los cuales deben guardar relación con el contenido.
- Realizar al menos un ensayo en voz alta de la lectura del texto, en el lugar donde será el recital, de esta manera podrán darse cuenta de cuál es el volumen de voz adecuado que deberán emplear.
- Escuchar con atención las observaciones de sus compañeros y de su maestro o maestra en el o los ensayos y, si lo creen pertinente, hacer las correcciones que les sugieran.

## Sesiones 11 y 12 El recital y la valoración de las actividades

En estas sesiones organizarán y llevarán a cabo su recital. Hagan las presentaciones de los poemas en el orden que hayan decidido.

colectiva  
1

**Al final de estas actividades hagan en grupo la siguiente reflexión sobre la experiencia de haber participado en este proyecto.**

- ¿Tuvieron dificultades para comprender los poemas que leyeron?, ¿por qué? ¿Cómo se podrían solucionar esas dificultades?
- ¿Qué problemas tuvieron cuando redactaron el texto para presentar el poema que eligieron? ¿Cómo pudieron o podrían resolverlos?
- ¿Fue fácil o difícil elegir un poema entre los que leyeron?, ¿por qué?
- ¿Cuál fue la reacción del público que asistió al recital, ante la lectura de sus poemas?
- ¿Qué aprendizajes consideran que adquirieron en este proyecto?
- ¿Las actividades que realizaron les ayudarán a ser mejores lectores?, ¿por qué?
- ¿Qué aspectos podrían mejorarse si tuvieran que hacer el proyecto nuevamente?



Foto: Alma Yolanda Castillo

*Es importante hacer una reflexión al finalizar un trabajo; también pueden escribirla.*

Al terminar estas sesiones, ya deben haber concluido la Fase III de su proyecto.

### Fase III

- Discutir en el grupo cuáles poemas se leerán en el recital y preparar los textos de presentación de cada uno.
- Fijar fecha para el recital.
- Establecer los mecanismos adecuados para invitar al evento a la comunidad escolar y a invitados externos.
- Ensayar la lectura de los poemas que se presentarán en el recital.
- Realización del recital.
- Valoración crítica de las actividades realizadas.

### Actividades permanentes

Realicen las actividades de la semana 3 de **Lectura libre de cuentos** (página 312).

## Proyecto 2. ¿Por qué compramos lo que compramos?

### Leer y comparar información

**Práctica general:** Obtener y organizar información.

**Práctica específica:** Leer y comparar diferentes tratamientos de un mismo tema.

#### Sesión 1 Introducción



¿Cómo te enteras de que tu cantante o grupo favorito tiene un nuevo disco? ¿Cómo sabes cuál es el último modelo de reproductores de música, de televisores, programas de computación, zapatos deportivos, ropa, etc.? ¿Cómo es que las empresas logran que sepas del lanzamiento de nuevos productos que pueden interesarte?

Muchas veces, te enteras de la existencia de algún producto nuevo gracias a un anuncio publicitario que leíste en una revista, periódico o aviso espectacular; que viste en la televisión o escuchaste en la radio. La publicidad es el conjunto de estrategias de comunicación gracias a las cuales se emiten mensajes dirigidos a diferentes tipos de público con el propósito de que conozcan y adquieran un producto, y que además lo prefieran por encima de otros productos similares.

Sin embargo, la publicidad también se utiliza para dar a conocer diferentes mensajes de utilidad para la sociedad, como los programas de asistencia social a la población menos favorecida o la difusión de acciones en beneficio de la convivencia y el respeto de los derechos de las personas. A este tipo de publicidad se le denomina propaganda.

Actualmente, la publicidad es la principal fuente de ingresos de los medios de comunicación, por lo que resulta normal la gran cantidad de comerciales que aparecen en la radio, la televisión, las revistas y los periódicos. La competencia es dura y las empresas cada día desarrollan más esfuerzos para captar tu atención y convertirtiéndote en uno de sus clientes. Es por ello que en este proyecto analizarás, de manera crítica, la información que se nos da mediante la publicidad y aprenderás a valorar sus diferentes funciones.

colectivo

#### 1 Comenten en el grupo.

- En su comunidad, ¿qué medio se usa para difundir los mensajes publicitarios (radio, televisión, carteles espectaculares, Internet, anuncios fijados en las paredes, etcétera)?
- ¿Qué piensan sobre la influencia de la publicidad en la sociedad?
- ¿Consideran que la publicidad influye en sus hábitos alimenticios, forma de vestir, de comportarse, etcétera? ¿Por qué?
- ¿Alguna vez se han comprado cosas muy caras o que no necesitan sólo por “estar a la moda” o porque en el anuncio del producto aparece un artista que admiran?
- ¿Qué aspectos consideran sus padres cuando van a comprar algo? ¿Ustedes utilizan los mismos criterios?

La publicidad actual, debido a los múltiples recursos que utiliza con una función persuasiva, contribuye a la creación de ciertos estereotipos de imagen y conducta que influyen en la construcción de la identidad de las personas. Por eso es necesario aprender a analizar, de manera crítica, la información que nos ofrece la publicidad, y aprender a valorar sus funciones. Por lo tanto, en este proyecto van a leer, analizar y comparar información sobre un mismo tema, que proviene de textos diferentes. Esto ayudará a que desarrollen habilidades que pueden poner en juego para evaluar esa información de diferentes textos y tomar mejores decisiones sobre cómo usarla.

Durante este proyecto leerán diversos textos sobre la publicidad; luego, redactarán resúmenes con la información que les haya parecido más importante y los conservarán, para utilizarlos en el **Proyecto 4**, en el que todos los integrantes del grupo harán un periódico mural con el tema “La publicidad”.

El siguiente cuadro muestra los objetivos de las actividades que realizarán, su propósito y el tiempo que invertirán en cada una.

| Actividades |   | Propósito   | Sesiones          | Actividades permanentes |                    |
|-------------|---|---|-------------------|-------------------------|--------------------|
| Fase I      | <b>Buscar información</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Buscar y leer textos con información sobre la función y la manera de hacer publicidad.</li><li>• Analizar y comparar textos acerca de la publicidad en los que se expongan contenidos y argumentos diferentes sobre las funciones de ésta.</li></ul>              | <ul style="list-style-type: none"><li>• Leer y comparar diferentes textos sobre un mismo tema.</li></ul>                    | 1, 2, 3, 4, 5 y 6 |                         | Lectura de cuentos |
| Fase II     | <b>Recuperar la información</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Hacer resúmenes y fichas bibliográficas de los textos que den información importante sobre este tema.</li><li>• Corregir y pasar en limpio los resúmenes, acompañados de las referencias del texto original, para ponerlos en el periódico mural.</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>• Elaborar resúmenes de textos informativos sobre el tema de la publicidad.</li></ul> | 7 y 8             |                         |                    |
|             |   | Total de sesiones: 8  |                   |                         |                    |

### ■ Para la siguiente sesión

- Busquen en diccionarios o en Internet las definiciones de “texto expositivo” y “texto argumentativo”. Lleven su información a la siguiente sesión; no olviden anotar los datos de la fuente que consultaron.
- También lleven marcadores de texto o pinturas de color verde y amarillo y un lápiz.

## Sesión 2 Tipos de texto

Durante esta sesión analizarán algunos rasgos de los textos expositivos y de los argumentativos. Conocer cuáles son sus características les permitirá analizar y rescatar mejor la información que presentan algunos documentos acerca de la influencia de la publicidad en la sociedad. Esto les servirá para elaborar los resúmenes que se presentarán en el periódico mural.

- Reúnanse en parejas de trabajo y lean lo que se expone en la **Secuencia didáctica 3: Los tipos de texto (página 191)**. Comparen lo que allí se presenta con lo que encontraron ustedes sobre texto expositivo y argumentativo; completen su información y realicen las actividades que se indican.



### Sesión 3 **Cómo se argumenta**

En esta sesión recordarán lo que seguramente estudiaron el año pasado acerca de cómo se argumenta y de los tipos de argumentos que pueden usarse; les servirá para identificar y rescatar mejor las ideas de los textos argumentativos que hablen de la publicidad.

pareja

**1 Platiquen lo que saben de la argumentación. Guíense con las siguientes preguntas:**

- ¿Qué es argumentar?
- ¿En qué situaciones de la vida cotidiana se han visto en la necesidad de argumentar algo? ¿Qué utilidad tuvo?
- ¿Cómo pueden saber si una idea expuesta o escrita por alguien está mal argumentada?

individual

**2 Lean la **secuencia didáctica 4**: Tipos de argumentos (página 196) y hagan las actividades que ahí se indican.**

**3 Comparen lo que se dice en la secuencia didáctica con lo que ustedes ya saben acerca de la argumentación y elaboren un esquema que contenga la siguiente información:**

- Qué es la argumentación.
- Tipos de argumentos que existen y ejemplos.

**4 Escriban en su cuaderno un texto breve en el que expliquen cómo creen que se utiliza la argumentación en los anuncios publicitarios.**

■ **Para la siguiente sesión**

- Revisen la información que hay en los libros de Español de primero y segundo grados acerca de lo que es un párrafo, cuáles son los tipos de párrafo y los conectores; también pueden buscar en Internet. Marquen o apunten las páginas del libro donde se encuentra esta información, o bien, lo que hallaron en Internet.



Archivo SM

*Intercambiando ideas y documentándonos formamos conceptos más sólidos para argumentar mejor.*

## Sesiones 4 y 5 La comunicación de las ideas y el uso de conectores o nexos en el discurso

Hasta aquí han reflexionado acerca de la estructura general de los textos para poder entender correctamente su contenido. Esto les ayudará a hacer mejores resúmenes y a redactar textos bien estructurados para su periódico mural.

Además de la estructura general, los autores o productores de textos deben cuidar la relación significativa entre todos los elementos de las oraciones que integran un párrafo; de esta forma, las ideas que se quieren comunicar quedan claras para el lector. Por eso, en estas sesiones reflexionarán en torno a cómo se construyen los párrafos y sobre el uso de algunos conectores para comunicar eficazmente las ideas.

equipo

- 1 Formen equipos de tres integrantes. Compartan lo que encontraron acerca de lo que es un párrafo, los tipos de párrafo y los conectores.**
- 2 Ahora lean lo que se encuentra en la **Secuencia didáctica 5: Estructura de la oración y estructura del párrafo** (página 200) y en la **Secuencia didáctica 6: Los nexos causales, concesivos y condicionales** (página 205). Analicen qué información nueva o diferente a la que ya conocían se encuentra allí y lleven a cabo las actividades que se indican.**

### Actividades permanentes

Realicen las actividades de la semana 4 de **Lectura libre de cuentos** (página 312).

## Sesión 6 Lectura de textos sobre la publicidad

Durante esta sesión leerán y analizarán textos que hablan acerca de la función social de la publicidad. Además, aplicarán lo que han aprendido hasta aquí para localizar información y valorar la calidad de la misma.

equipo

- 1 Reúnanse en equipos de tres integrantes y lean los textos que aparecen a continuación.**

### Un tumulto de mensajes con funciones diferentes

¿Cuántos anuncios ha visto usted en su vida? Si trata de recordarlos, es posible que sólo vengan a su mente quince o veinte anuncios distintos. Sin embargo, y para formarse una ligera idea, veamos algunos datos: un norteamericano, antes de cumplir los dieciocho años, puede haber visto cincuenta mil anuncios en la TV; en México, por término medio, una persona puede recibir cerca de cien impactos publicitarios diarios, cifra ésta que puede llegar a trescientos en el caso de Estados Unidos. Parece poder deducirse que nos hallamos ante un auténtico bombardeo de mensajes [...]

Por otra parte, la influencia de la TV es tal que se ha llegado a afirmar que el norteamericano medio piensa que su vida, sus costumbres y su país son como la publicidad dice que son. Y lo cierto es que la publicidad, en muchos casos está sobrepasando, cuando no sustituyendo, a la realidad misma, hasta tal punto que nadie pone en tela de juicio la incidencia de la publicidad en los valores sociales, las pautas de comportamiento, las modas y modos de vivir, así como su capacidad de sugestión sobre lo que se debe comprar y amar y lo que debe aborrecerse. La publicidad genera prejuicios, necesidades, expectativas, fomenta o

## Glosario

### ♦ Ideología.

Conjunto o sistema de ideas y creencias.

Generalmente los grupos que están en el poder, en las diferentes sociedades, tratan de imponer su ideología a los demás; o una ideología que conviene a sus intereses.

acalla **ideologías**, porque además de productos vende también modelos de vida y de relaciones sociales. Así, cuando el marido besa a la mujer porque la casa está limpia gracias a X, la publicidad vende X y un papel de la mujer, el de su dependencia respecto al marido.

Vislumbramos, pues, que la publicidad cumple otras funciones además de la meramente informativa. Veamos cuáles.

- **Función económica.** En pocas palabras, activar el consumo. Sólo así parece posible la no ruptura del círculo económico establecido: progreso tecnológico, aumento de la producción, necesario incremento del consumo [...]

- **Función financiadora.** Sin duda, la publicidad contribuye a financiar los medios de comunicación. Hoy, un diario o una revista, para sobrevivir, precisan que sus páginas lleven, en muchos casos, alrededor de un tercio destinado a la publicidad [...]

- **Función sustitutiva.** La publicidad opera sustituyendo la presentación de un objeto real, tal como es, por un elaboradísimo mensaje con el que, en ocasiones, “vende” un producto que es todo lo contrario de lo que se dice que es. Buen ejemplo, el de algunas urbanizaciones colmena cuya publicidad, paradójicamente, está cargada de elementos ecológicos: libertad, intemperie, vegetación, sosiego, naturaleza.

- **Función estereotipadora.** Por su difusión masiva, la publicidad tiende a igualar gustos, criterios, ideales [...] Sorprendería saber cuánto ha influido en hábitos de consumo, en relaciones afectivas, en modos de vida.

- **Función desproblematizadora.** La publicidad tiende a presentar un mundo divertido, lúdico, fascinante, en el que la mayoría de los productos se consumen en momentos de ocio, nunca durante el trabajo. Esa imagen del “lado bello de la vida” explotada por el mundo publicitario, pretende desdramatizar la vida cotidiana, suavizar el otro lado: el de la crisis, el paro, la inflación, la violencia, el dolor, la desigualdad social [...]

- **Función conservadora.** La publicidad enseña lo ya visto, habla de lo ya hablado. Detrás de su aparente innovación, lo que en realidad procura es hacer parecer como nuevo lo ya aceptado.



Actualmente se publicitan los productos que responden a las necesidades básicas, más que en otros tiempos, debido al gran número de marcas.

Miguel A Furones. *El mundo de la publicidad*. Barcelona: Salvat (Aula abierta, No. 2), 1980, pp. 8-9 (fragmentos).



## Los bebedores

*Cada vez más parece que la industria  
de los licores ha visto la verdad.  
Ya no vende botellas, ni copas,  
ni tan siquiera licor. Vende fantasías.*

Carol Nathanson-Mogg, psicólogo norteamericano especialista en publicidad

La bebida es el supremo Producto de Imagen. Gracias a la persistente habilidad del publicitario, una bebida se convierte, no en un sabor, sino en una ilusión, en una copa llena, no de aroma, sino de sueños. Se asocia indeleblemente a la aceptación social o a la despreocupación de la juventud, a la atracción sexual, al erotismo o a la sofisticación. Como ha dicho David Ogilvy en su última “cartilla”, *La publicidad según Ogilvy*: “No es el whisky lo que eligen, sino la imagen. La imagen de la marca es 90% de lo que vende el destilador.”

El poder de la imagen quedó bien patente en una investigación realizada sobre una bebida. A quienes la probaron sin saber lo que era les gustó. Luego se les dijo a otras personas que era ron, un producto con muy mala imagen en Gran Bretaña. Resultado: “fue rechazado casi antes de empezar”. La bebida se describe ahora como “alcohol de caña madurado”.

El alcohol es un producto muy especial para la industria publicitaria. En todo el mundo, el negocio de las bebidas alcohólicas tiene unas ventas aproximadas de más de 170 000 millones de dólares [...] al año, una cifra muy superior, por ejemplo, al Producto Interno Bruto de México. Los británicos gastan 42 millones de libras [...] al día en alcohol, más que en ropa o en conducir sus automóviles.

La venta de alcohol constituye lo que los hombres del *marketing* llaman un “medio de alta movilidad”. Eso quiere decir que, aunque el mercado global representa billones

de litros de licor, la venta se realiza por botellas [...] o por copas, con lo que el anunciante avisado tiene continuas oportunidades de persuadir a alguien de que cambie de bebida o marca.

Erick Clark. *La publicidad y su poder. Las técnicas de provocación al consumo.*  
Barcelona: Planeta, 1989.  
pp. 349-350.  
(adaptación)



Las empresas que venden alcohol publicitan sus productos con imágenes seductoras para los consumidores.

- 2** Ahora, llenen el siguiente cuadro con la información que obtuvieron de los textos que leyeron. Si no coinciden, fíjense otra vez en el texto y traten de buscar una respuesta con la que todos estén de acuerdo.

## Cápsula

♦ El *lenguaje literal* es el que se usa para comunicar exactamente lo que las palabras significan.

♦ En el *lenguaje figurado* se usan ciertas palabras para decir otra cosa diferente de lo que éstas significan. Por ejemplo, en la expresión “tus ojos son *las ventanas de tu alma*”, la palabra *ventanas* no se refiere a los huecos con cristales que hay en las paredes de las casas (sentido literal), sino que está usada en sentido figurado para dar a entender algo que podríamos interpretar como “tus ojos reflejan tu manera de ser; mediante ellos muestras tus sentimientos y cualidades humanas”.

Cuadro para escribir sus respuestas

| Aspecto   | Tipos de consumidores                   | Los bebedores                       |
|---|---|-------------------------------------|
| ¿Qué tipo de texto es: predominantemente expositivo o argumentativo?  |   |                                     |
| ¿Cuál es el tema que se desarrolla?   | Características de algunos consumidores | La venta de alcohol y la publicidad |
| ¿El autor del texto es un especialista en el tema o un <i>lego</i> (alguien que no sabe del tema)?  |   |                                     |
| ¿Quién podría ser el receptor?  |   |                                     |
| Hay: • Descripción  |   |                                     |
| • Narración   |   |                                     |
| • Argumentación   |   |                                     |
| • Diálogos  |   |                                     |
| • Uso de enumeraciones  |   |                                     |
| • Adjetivaciones frecuentes   |   |                                     |
| • Uso del presente atemporal (por ejemplo, en definiciones)   |   |                                     |
| • Uso de la primera persona del singular en la enunciación (“opino”, “considero”...)  |   |                                     |
| • Uso de la tercera persona en la enunciación (“la opinión de...”, “también se cree que...”, “se les dijo que...”)                                      |   |                                     |
| • Citas para apoyar, reforzar lo dicho, o para ilustrarlo   |   |                                     |
| • Tecnicismos o léxico especializado  |   |                                     |
| • Etimologías   |   |                                     |
| Si es argumentativo, ¿cuál es la tesis?, ¿qué tipos de argumentos usa? (de ejemplos, de autoridad, de apelación a hechos por todos conocidos, etcétera) |   |                                     |
| Si es expositivo, ¿qué se explica?, ¿qué información da?  |   |                                     |
| ¿La información que se presenta es consistente o es ambigua y contradictoria?   |   |                                     |
| ¿En las explicaciones o los argumentos predomina el uso de lenguaje literal o del lenguaje figurado?  |   |                                     |

**3** Si tuvieran que buscar ejemplos y opiniones fundamentadas acerca de las estrategias que usa la publicidad para impactar e influir en el consumidor, ¿cuál de los dos textos elegirían y por qué?

**4** ¿Cuál de los dos textos es el que describe o expone mejor las funciones que tiene la publicidad y por qué?

**5** ¿El texto titulado “Los bebedores” hace una crítica fuerte a los consumidores de alcohol? ¿Por qué? ¿Qué piensan sobre consumir alcohol?

**6** Comenten sus respuestas, tanto del cuadro como de las actividades 3, 4 y 5, con todo el grupo y traten de llegar a acuerdos.

### Para su proyecto

- Busquen en la biblioteca de la escuela, en Internet o en algunos libros que haya en su casa, textos que hablen sobre la publicidad (su origen, cómo se hace, para qué sirve, cuál es su influencia en la sociedad), y llévenlos a las siguientes sesiones.

Al terminar estas sesiones, ya deben haber concluido la Fase I de su proyecto.

## Fase I

- Buscar y leer textos con información sobre la función y la manera de hacer publicidad.
- Analizar textos acerca de la publicidad en los que se expongan argumentos diferentes sobre la importancia de ésta.

### Sesiones 7 y 8 Resumir textos

Durante estas sesiones leerán y resumirán los textos que encontraron acerca de la publicidad (definición, características, funciones, estrategias, impacto social, etc.). Para ello, seleccionarán las ideas relevantes, las opiniones de los autores sobre el tema y los argumentos que utilizan para apoyarlas o rebatirlas.

individual

- 1 Lee los textos sobre la publicidad que llevaste a la sesión. Busca uno que trate un asunto o tema que te interese o creas que puede interesarle a la comunidad escolar (puede ser alguno relacionado con los productos que más consumen los niños, los jóvenes o las mujeres; o bien, las estrategias publicitarias que usan algunas empresas para vender más un producto que no es necesario, que es dañino para la salud, etcétera).**

- 2 Elabora un resumen del texto que elegiste. Si es expositivo, destaca el tema y las explicaciones o descripciones de los diversos asuntos que trata. Si es argumentativo, organiza tu resumen en torno a la opinión que da el autor y los razonamientos que expone. Al final escribe tu nombre y anota la referencia bibliográfica completa del texto del que obtuviste la información.**

- 3 Cuando tu resumen esté listo, revísalo y decide qué puede cambiarse para que sea más claro lo que quieres comunicar.**

equipo

- 4 Formen equipos de cinco integrantes y lean los resúmenes que elaboraron; elijan uno para integrarlo al periódico mural de su grupo (también, pueden armar un periódico mural que incluya los resúmenes que cada quien redactó). Para su elección, tomen en cuenta que el texto esté bien elaborado y que su contenido sea interesante. Si es necesario, todos pueden ayudar a mejorar el resumen que eligieron.**

- 5 Pasen en limpio el resumen, hagan las ilustraciones para acompañarlo y ayuden en el montaje del texto en el periódico mural.**

- 6 Tomen un momento de la última sesión para leer, frente al grupo, algunos de los resúmenes que escogieron. El grupo puede hacer sugerencias para mejorarlos.**

- 7 Guarden los resúmenes en su carpeta de proyectos, pues los van a usar más adelante (al final del Proyecto 4) para armar su periódico mural.**

### Cápsula

◆ Recuerden que resumir es hacer una versión más corta o abreviada de lo comunicado en otro texto. En un resumen es mejor hacer párrafos con oraciones cortas y bien estructuradas; además, se debe revisar que los conectores y el tipo de lenguaje que se usan sean los apropiados, según sea el destinatario de los textos.

A continuación les mostramos algunos resúmenes que elaboraron alumnos de otra escuela secundaria quienes, como ustedes, trabajaron con este tema.

## Resumen de un texto expositivo

### Ficha de resumen

**Título del texto:** *La publicidad*

**Autor:** Jesús Pardinas Fuentes

En este texto el autor dice que *publicidad* viene de público, que es “una forma de comunicar a los demás la existencia de algo [...]”. Por ello, tiene que cumplir con el esquema típico de la comunicación: emisor, mensaje, receptor” (Pardinas, 2007).

En la publicidad es muy importante decidir quién será el receptor, pues de acuerdo con el perfil de éste se diseñará toda la estrategia de presentación del producto; también es importante conocer el medio o canal que se usará: radio, televisión, prensa escrita, espectaculares, cine, vallas publicitarias, etcétera.

El mensaje puede ser descriptivo o funcional (si se centra sólo en las características del producto), afectivo o emotivo (si apela a aspectos subjetivos del comprador).

En la publicidad, frecuentemente se usan eslóganes, que son mensajes fáciles de recordar. Como una función de la publicidad es hacer comprar (función persuasiva), mediante la publicidad debe darse una imagen positiva del producto; por eso, a veces, la publicidad es engañosa. Muchos países han tenido que establecer leyes para que se evite el engaño en la publicidad.

La publicidad también influye en la creación de necesidades, al decir lo que “está de moda”; y esto tiene que ver con la construcción de la identidad, la autoestima y la integración social de los consumidores.

“La publicidad ha construido un nuevo ideal de ser humano: el consumidor, es decir, un sujeto que vive esperando siempre la oferta de nuevos productos [...] un eterno descontento que nunca estará satisfecho con lo que tiene.” (Pardinas, 2007).



### Referencias del texto resumido

El texto se encuentra en:

Pardinas Fuentes, Jesús. *Seis lecciones sobre consumismo*.

En: [www.sistemaeducativo.net/ESO/etica/seis\\_lecciones\\_consumismo.htm](http://www.sistemaeducativo.net/ESO/etica/seis_lecciones_consumismo.htm)

Fecha: 2 de febrero de 2007.

**Integrantes del equipo:** Maricela Domínguez, Pedro Morales y Elisa Carrera (3º “C”, Escuela Secundaria “Margarita Maza de Juárez”)

## Resumen de un texto argumentativo

### Ficha de resumen

**Título del texto:** *¿Las películas fomentan el vicio del cigarro en los adolescentes?*

**Autor:** Richard Klein

En este texto el autor dice que muchas películas actuales fomentan el consumo del cigarro en los adolescentes, pues los personajes con los que nos identificamos aparecen fumando en varias escenas.

Señala como argumentos:

- que “la mitad de las películas proyectadas entre 1990 y 1995 presentan, al menos, a un personaje principal fumando en pantalla [...] y la tendencia parece acelerarse”.
- que las películas establecen una relación estrecha entre fumar y una posición social de poder, confianza o *glamour*.
- que a pesar de haber campañas que señalan el daño que el tabaco puede ocasionar a la salud, muchos adolescentes siguen consumiendo cigarrillos.
- que tanto en la televisión como en el cine las estrellas más famosas, por los papeles que representan, hacen ver que el fumar es algo con “encanto”.

### Referencias del texto resumido

El texto se encuentra en:

Shirley Biagi. *Impacto de los medios*. 4a. ed.  
México: Thomson, 1999. pp. 274-275.

### Elaboró el resumen:

Equipo 1 del 3º “A”

Escuela Secundaria “Lic. Miguel Alemán”



### Cápsula

◆ Cuando escribimos una cita textual deben usarse *comillas* ( " ") para marcar el inicio y final de las frases o palabras de un autor. Además, podemos poner *puntos suspensivos* entre *corchetes* ([...]) para indicar que hemos quitado algunas frases del texto porque no son de interés para lo que queremos resaltar.

### Actividades permanentes

Realicen las actividades de la semana 5 de **Lectura libre de cuentos** (página 312).

Al terminar estas sesiones, ya deben haber concluido la Fase II de su proyecto.

## Fase II

- Hacer resúmenes y las fichas bibliográficas de los textos que den información importante sobre este tema.
- Corregir y pasar en limpio los resúmenes, acompañados de las referencias del texto original, para ponerlos en el periódico mural.



# Ámbito: Participación ciudadana

## Proyecto 3. Analizar para tomar buenas decisiones

**Práctica general:** Analizar y valorar críticamente los medios de comunicación.

**Práctica específica:** Analizar los mensajes publicitarios de diversos medios de comunicación.

### Sesión 1 Introducción

#### Glosario

♦ **Estereotipo.**

Son representaciones repetidas frecuentemente sobre lo que es o debe ser algo, las cuales se construyen haciendo énfasis en algunos aspectos de ese “algo”, mientras que se desatienden otros; por ello son muy parciales.

♦ **Prejuicio.** Es un juicio u opinión que se establece sobre algo sin tener pruebas o fundamentos.

Nuestra vida se desarrolla dentro de un mundo en el que siempre estamos interactuando con personas. Desde pequeños —y antes de darnos cuenta de ello—, gracias a la comunicación y al contacto que establecemos con otros seres humanos, aprendemos y enseñamos actitudes, opiniones, hábitos, gustos, sentimientos, deseos y formas de vida. Todo esto va construyendo nuestra identidad social. Aprender a hablar uno o más idiomas, a movernos y vestirnos como lo hacemos, a gesticular de una cierta manera para indicar alegría, enojo, aceptación o rechazo, a consumir algunos tipos de alimentos, a vivir en espacios construidos y decorados de cierta forma, a tener determinadas ilusiones o metas en la vida, etc., es producto de nuestra relación y aprendizaje con otros. La publicidad, al usar medios de comunicación masivos (como la prensa y la televisión), como ya vimos en el proyecto anterior, ejerce una fuerte influencia en la construcción de imágenes acerca de qué es ser “una buena mujer”, “una persona feliz y exitosa” o “hermoso y saludable”, entre otros valores, rasgos y características que pueden llevarnos a vivir con **prejuicios** y a construir **estereotipos** acerca de cómo debemos lucir y actuar.

De manera general, todas las cosas que se comunican por medio de la publicidad tienen significados que ejercen una importante influencia en las personas que reciben los mensajes, sin detenerse a analizar qué intenciones hay detrás de cada palabra o imagen utilizada; es decir, sin criterio.

Gran parte de la publicidad, que proviene de las compañías que tratan de posicionar sus productos en el mercado, proyecta valores que no siempre pueden ser considerados como los más convenientes para convivir en armonía con la sociedad y el medio ambiente. Diversos mensajes publicitarios instauran estereotipos que pueden dañarnos porque atentan contra nuestra salud.

Por ello, saber analizar lo que los medios de comunicación proyectan es una necesidad.

Estas reflexiones son el punto de partida para lo que harán en este proyecto: aprender a analizar la información que se difunde mediante la publicidad, y aprender a valorar sus funciones y estrategias; sólo así, podremos elegir productos, servicios y modos de vida, de manera responsable y consciente.



colectiva

# 1 Comenten en el grupo.

- ¿Qué les atrae más de un mensaje publicitario?
- ¿Qué dice la publicidad acerca de fumar o ingerir bebidas alcohólicas? ¿Ustedes qué piensan acerca de eso?
- ¿Qué tipo de imágenes proyectan los mensajes publicitarios acerca de lo que es la felicidad? ¿Qué opinan al respecto?
- ¿Se han fijado qué clase de imágenes sobre el “ser hombre” o el “ser mujer” se construyen mediante la publicidad?
- ¿Alguna vez se han puesto a pensar en los valores que se proyectan en los mensajes publicitarios? ¿Cómo impactan esos valores en nuestra manera de relacionarlos con otros?

En el siguiente cuadro se señalan las actividades que realizarán en este proyecto, sus propósitos y el número de sesiones que tienen para llevarlas a cabo.



| Actividades |   | Propósito  | Sesiones | Actividades permanentes |                          |
|-------------|---|--|----------|-------------------------|--------------------------|
| Fase I      | <b>Analizar mensajes publicitarios</b> <ul style="list-style-type: none"><li>Conocer algunos elementos que pueden considerarse para el análisis de mensajes publicitarios.</li><li>Realizar el análisis de algunos mensajes publicitarios.</li></ul>                              | <ul style="list-style-type: none"><li>Analizar diversos mensajes publicitarios para reconocer las estrategias que utilizan.</li></ul>                                | 1, 2 y 3 |                         | Lectura libre de cuentos |
| Fase II     | <b>Escribir textos para el periódico mural</b> <ul style="list-style-type: none"><li>Redactar pequeños textos donde presenten los resultados del análisis de un mensaje publicitario.</li><li>Corregir y pasar en limpio su texto para exponerlo en el periódico mural.</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>Presentar una valoración, de manera crítica, acerca de las características analizadas de los mensajes publicitarios.</li></ul> | 4        |                         |                          |
| Fase III    | <b>Participar en un debate</b> <ul style="list-style-type: none"><li>Participar en un debate sobre la influencia de los mensajes publicitarios en la construcción de comportamientos y creencias.</li></ul>   | <ul style="list-style-type: none"><li>Externar los puntos de vista, de manera oral.</li></ul>  | 5        |                         |                          |
|             |   | Total de sesiones: 5   |          |                         |                          |

## ■ Para la siguiente sesión

- Seleccionen y lleven algunos mensajes publicitarios que les gustaría analizar y que encuentren en revistas o periódicos de su comunidad. Si las condiciones lo permiten, también pueden grabar o transcribir un mensaje comercial que se difunda por la radio o la televisión.

## Sesiones 2 y 3 El análisis de mensajes publicitarios

El propósito de las sesiones que siguen es analizar algunos mensajes publicitarios que circulan en su comunidad; así podrán indagar más acerca de las estrategias utilizadas para ofrecer un producto y persuadir al público para que lo consuma. En equipo, elegirán un mensaje que sea de su interés, para explicar a la comunidad que lea el periódico mural cuáles son las estrategias publicitarias y los estereotipos que se presentan en el anuncio.

equipo

- 1 **Lean la **Secuencia didáctica 7: El anuncio publicitario** (página 209) y realicen la actividad que allí se les solicita.**
- 2 **Revisen los anuncios o mensajes publicitarios que llevaron; elijan uno para hacer su análisis y desarrollar su proyecto.**
- 3 **Elaboren un esquema sobre el análisis del anuncio que seleccionaron, tomen en cuenta lo que vieron antes y llévenlo a la siguiente sesión.**

Al terminar esta sesión, habrán concluido las actividades de la Fase I de su proyecto.

### Fase I

- Conocer algunos elementos que pueden considerarse para el análisis de mensajes publicitarios.
- Realizar el análisis de algunos mensajes publicitarios.

## Sesión 4 Escribir y corregir el texto de análisis

Durante esta sesión escribirán un texto donde se refleje el análisis que hicieron de un anuncio publicitario; esto con el fin de dar a conocer los estereotipos que se comunican en él.

equipo

- 1 **Reúnanse en equipo y redacten un texto en el que expongan los resultados del análisis que hicieron sobre el o los mensajes publicitarios elegidos; para ello, usen el esquema que elaboraron durante la sesión anterior.**
- 2 **Relean el texto que redactaron para corregir lo que sea necesario (aumentar o suprimir ideas, organizarlas en otro orden, verificar que queden claras para el lector, cambiar conectores, corregir faltas de puntuación u ortografía, etcétera).**
- 3 **Elijan quién del equipo se encargará de pasarlo en limpio para exponerlo en el periódico mural de su grupo (que montarán al final del **Proyecto 4**) junto con el mensaje publicitario que dio origen al análisis que hicieron.**

A continuación les mostramos un ejemplo de cómo puede quedar su trabajo para el periódico mural. Algunos alumnos de otra escuela secundaria decidieron analizar mensajes publicitarios y establecer una comparación entre anuncios viejos y nuevos para ver si han cambiado los estereotipos referentes al comportamiento femenino y masculino; además, usaron publicidad de diferentes lugares. Este ejemplo corresponde al análisis que hicieron de un anuncio comercial que circulaba en el año 1947 en Buenos Aires, Argentina. Ustedes también pueden analizar anuncios publicitarios de diferentes épocas, o bien, sólo anuncios actuales; pueden elegir aquellos que se dirigen a los niños o sólo a los hombres, a los jóvenes o a las mujeres, para ver qué imagen o estereotipo de estas personas se promueven con la publicidad y también para observar qué productos se asocian a ellos.



También pueden usar estos ejemplos para afinar su esquema de análisis.

Ficha técnica del anuncio de Vinos Arizu

Características generales del anuncio:  
Impreso en color, dibujado, publicidad de la revista llamada *La chacra* (o granja), número 202, Buenos Aires, Argentina, agosto de 1947, p. 98.



Archivos de autoras

Resultados del análisis

|    |  |  |
|----|--|--|
| A  | Efectos en el receptor                       | Trata de convencernos de que el vino anunciado es consumido por las familias felices. El personaje femenino “nos ve” directamente y, así, nos hace participar de su estado de ánimo.   |
| B  | Canal o medio de difusión                    | Puesto que es impresa, la revista nos permite observar el anuncio con calma y descubrir todos los detalles importantes.  |
| C  | Composición del texto o anuncio publicitario | El anuncio ocupa toda una página de la revista. Sus colores principales son el amarillo (muy luminoso) de la pared, una cortina de un verde vivo, el negro como fondo del espacio donde se encuentra la imagen del producto, y blanco donde están los textos. El rojo también es importante porque hace un contraste sobre el blanco y el amarillo. Las letras grandes son rojas; la mujer que está en primer plano (y que se identifica como una ama de casa) dice: “¡Hoy les he preparado un rico menú...!”. Además, mira al espectador (a “nosotros”) como si compartiera su felicidad; el reloj de la pared del fondo marca veinticinco para las doce. En una franja vertical negra se encuentra la imagen del producto, casi del mismo tamaño que el personaje: es una botella que ya ha sido abierta y junto, detrás de ella, se ve una copa servida. En una franja blanca y horizontal que se encuentra en la parte baja del anuncio se ve la marca del vino, y en un recuadro amarillo el eslogan: “El vino de las familias”. Junto con estos elementos se ve un rectángulo rojo en el que se informa que, de la marca que se anuncia, hay vino tinto, clarete y blanco. Hasta abajo, y con letras rojas muy pequeñas, se exponen los datos de la empresa y su dirección. Por último, en el recuadro blanco del lugar superior izquierdo, debajo de las letras grandes y rojas, hay dos párrafos con letras en negro y de tamaño normal; el primero relata que, “como siempre, la familia disfruta de la comida que hace, con cariño, la buena mamá [carga ideológica sobre las tareas femeninas]”; y en el segundo párrafo se dan las características positivas del producto. |
| C1 | Imágenes concretas                           | El personaje central del anuncio es una mujer joven y hermosa, muy sonriente, que está terminando de cocinar. La imagen del producto es grande y de colores vivos; con muchos detalles y palabras se dice que el vino es un “complemento inefable (que no se puede describir con palabras), exquisito, suave y delicioso” (valoración positiva, pero exagerada y subjetiva del producto). Las letras de la marca son grandes y de líneas suaves.   |

|           |  |   |
|-----------|--|---|
| <b>C2</b> | <b>Historia(s) que se “muestran” o “cuentan” mediante el anuncio y su significado</b>  | Una mujer, que es ama de casa, está terminando de cocinar, con cariño, “...un rico menú” para su familia, la cual disfruta de esa comida acompañándola con el vino anunciado. |
| <b>C3</b> | <b>Valores que se asocian al producto que se oferta o publicita (carga ideológica)</b> | La familia feliz es atendida por la mamá, quien es bondadosa y cariñosa; además, tiene buen gusto y habilidad para cocinar rico (porque usa el vino anunciado).               |

### Comentario:

Aunque éste es un anuncio de 1947 y es de otro país, los anuncios que se difunden ahora en México no han cambiado mucho respecto a la orientación ideológica del comportamiento de las mujeres; actualmente encontramos publicidad para utensilios o artefactos que se usan en la casa o la cocina cuya imagen principal (y constante) es un personaje femenino. Sin embargo, sí hay cambios en cuanto a la caracterización física de los personajes (ropa y peinados más modernos) y respecto al uso de técnicas; por ejemplo, ahora se utiliza más la fotografía y no tanto el dibujo.

### Realizaron el análisis:

Laura Estela Luna  
Alejandra Ramírez  
(Alumnos del 3º “B”)

### ■ Para la siguiente sesión

- Junto con su maestra o maestro, decidan quién moderará y preparará las preguntas del debate que se hará la próxima sesión, en el grupo, acerca de “La influencia de la publicidad en la construcción de comportamientos y creencias”.

Por ejemplo, un grupo de tercero de secundaria construyó el siguiente guión:



La publicidad de algunos productos recurre a estereotipos de hombres y mujeres “de éxito”.

- ¿Qué estereotipos o construcciones sobre comportamientos circulan, en los medios publicitarios, sobre el “ser una mujer con éxito” en nuestra época? ¿Qué piensan las mujeres del grupo sobre esto? Y los varones, ¿qué piensan?
- ¿Qué estereotipos circulan, en los medios publicitarios, sobre el “ser y comportarse como un hombre con éxito” en nuestra época? ¿Qué piensan sobre esto los alumnos varones? ¿Y las mujeres?
- ¿Qué prejuicios o creencias se derivan de algunas imágenes o mensajes publicitarios acerca de lo que “deben” jugar los niños y las niñas? ¿Y acerca de cómo “deben” vestirse y comportarse los jóvenes? ¿Sobre la posesión o uso de aparatos con tecnología avanzada (reproductores de mp3, pantallas de plasma, computadoras portátiles, teléfonos celulares, automóviles de lujo, etcétera)?
- ¿Qué productos o servicios se anuncian en su comunidad mediante imágenes o eslóganes que favorecen creencias o comportamientos que pueden ser considerados como “positivos”?
- ¿Qué comportamientos, creencias y valores se exaltan más en los mensajes publicitarios acerca de vivir en el campo o en la ciudad?

- Cada equipo elija un representante para que participe en el debate. Los demás actuarán como público y valorarán la participación de sus compañeros.
- Según el número de participantes, decidan el tiempo de intervención de cada uno. Contarán con 40 minutos, en total, para realizar el debate.
- Relean las notas que han tomado en años pasados acerca de qué es un debate y cómo se participa en él; de esta forma sabrán qué deben hacer según la función que les haya correspondido. También pueden buscar información en Internet sobre este tema.

Al terminar esta sesión, habrán finalizado la Fase II de su proyecto.

## Fase II

- Redactar pequeños textos donde presenten los resultados del análisis de un mensaje publicitario.
- Corregir y pasar en limpio su texto para exponerlo en el periódico mural.

### Actividades permanentes

Realicen las actividades de la semana 6 de **Lectura libre de cuentos** (página 312).

## Sesión 5 El debate

Durante esta sesión se llevará a cabo el debate. Para ello, pueden hacer arreglos en cuanto a la disposición del espacio en el salón, de tal manera que hasta adelante quede un semicírculo formado por los participantes y el moderador (que ocupará el centro) y, frente a ellos, el espacio para el público.

colectiva

**1** Cada participante ocupará el lugar que le corresponda según la función que desempeñará y los arreglos que se hicieron en el aula.

**2** El moderador dará inicio al debate y hará las preguntas previstas a los participantes. Cada participante podrá tomar la palabra sólo durante el tiempo que se fijó para ello, y en el momento en que el moderador le dé turno para hablar.

**3** El público tomará nota sobre las características de las participaciones de sus compañeros: si son claras, respetuosas, bien argumentadas, etcétera.

**4** Luego de terminar el debate, la maestra o maestro pedirá a quienes estuvieron “de público” que externen sus opiniones sobre la actividad (qué les pareció, qué consideran que no resultó de la manera esperada y por qué) y sobre la participación de sus compañeros. Cuentan con 10 minutos para ello.



Los debates se llevan a cabo tanto en espacios formales como informales.

Al terminar esta sesión ya deben haber finalizado la Fase III de su proyecto.

## Fase III

- Participar en un debate sobre la influencia de los mensajes publicitarios en la construcción de comportamientos y creencias.

# Ámbito: Participación ciudadana

## Proyecto 4. La opinión de los consumidores

**Práctica general:** Analizar y valorar críticamente los medios de comunicación.

**Práctica específica:** Realizar encuestas sobre la influencia de la publicidad.

### Cápsula

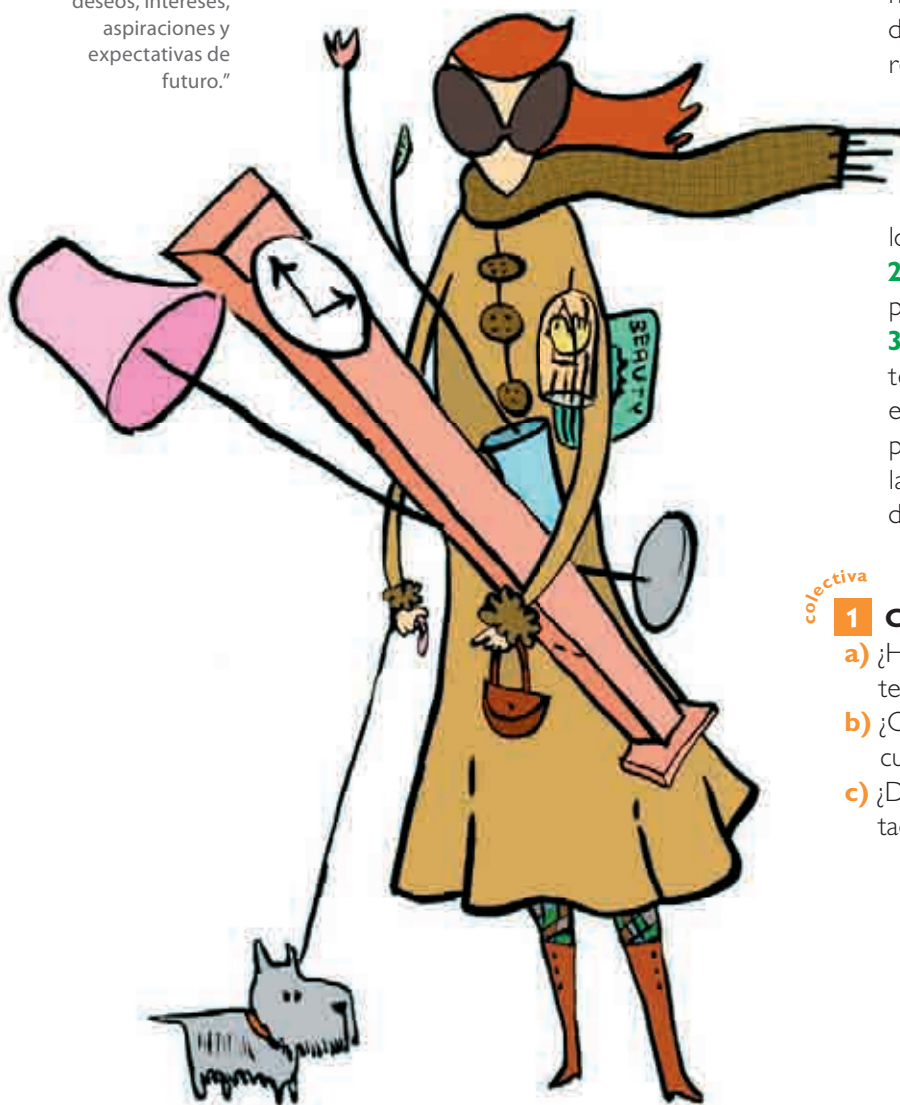
♦ Como señala Karl-Heinz Hillmann en el *Diccionario enciclopédico de sociología*. (Barcelona: Herder, 2001, p. 277): "Las preguntas de opinión se refieren a valores, impresiones, prejuicios, motivos, sentimientos, deseos, intereses, aspiraciones y expectativas de futuro."

### Sesión 1 Introducción

La mejor manera de saber qué es lo que opinan las personas acerca de un tema en particular es platicando con ellas. Es por eso que las entrevistas directas y la aplicación de encuestas son dos de los mecanismos que más se utilizan en la sociedad actual para obtener información fresca y veraz acerca de lo que la gente piensa. De hecho, antes de lanzar sus productos y campañas publicitarias al mercado, muchas empresas aplican encuestas y entrevistas a diferentes grupos de personas con el propósito de conocer sus gustos, necesidades, impresiones u opiniones acerca de los anuncios que ven o escuchan y de los productos que acostumbran o les gustaría adquirir.

Para saber qué es lo que compra la gente, conocer las razones que tiene para comprar algo y valorar cuál es el impacto que tiene la publicidad en su comunidad, ustedes mismos pueden aplicar diferentes tipos de encuestas a consumidores de diferentes edades y ocupaciones. Por ello, en este proyecto encontrarán actividades que les ayudarán a diseñar y aplicar encuestas para obtener información sobre los hábitos de consumo de las personas; analizarán la información que recopilen, la organizarán, aprenderán a representarla de manera gráfica y obtendrán sus propias conclusiones para darlas a conocer a la comunidad escolar.

También tendrán la oportunidad de difundir los resúmenes que elaboraron en el **Proyecto 2**, así como los textos de análisis de mensajes publicitarios que escribieron en el **Proyecto 3** de este bloque, pues además de que los temas que tratan son complementarios a este proyecto, los utilizarán para armar un periódico mural en el que darán a conocer a la comunidad escolar sus reflexiones acerca de las funciones y la influencia de la publicidad.



colectiva

#### 1 Comenten en el grupo.

- ¿Han aplicado ya alguna encuesta? ¿En cuál materia y para qué?
- ¿Consideran que es fácil o difícil aplicar una encuesta? ¿Por qué?
- ¿De qué manera han dado a conocer los resultados de su encuesta?



En el siguiente cuadro se indica qué actividades desarrollarán a lo largo de este proyecto, cuáles son sus propósitos y el número de sesiones que tienen para llevarlas a cabo.

| Actividades          |  | Propósito  | Sesiones    | Actividades permanentes |
|----------------------|--|--|-------------|-------------------------|
| Fase I               | <b>Hacer encuestas</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Diseñar encuestas para obtener información acerca del impacto de la publicidad en el consumo de algunos productos.</li><li>• Aplicar las encuestas y organizar los datos de las respuestas en gráficas.</li><li>• Hacer textos en los que se explique los datos presentados en las gráficas para usarlos en el periódico mural.</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>• Realizar encuestas para valorar el impacto de la publicidad en los hábitos de consumo de receptores diversos.</li></ul>  | 1, 2, 3 y 4 |                         |
| Fase II              | <b>Elaborar el periódico mural</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Organizar los textos y las actividades necesarias para hacer el montaje del periódico.</li><li>• Hacer una valoración crítica de las actividades realizadas en los proyectos 2, 3 y 4.</li></ul>  | <ul style="list-style-type: none"><li>• Montar un periódico mural cuyo contenido sea la publicidad; así se dará a conocer a la comunidad escolar las reflexiones desarrolladas en torno a este tema.</li></ul> | 5           |                         |
| Total de sesiones: 5 |  |  |             |                         |
| Lectura de cuentos   |  |  |             |                         |

### ■ Para la siguiente sesión

- Investiguen en algún diccionario la definición de “encuesta”. Lleven, por escrito, lo que encuentren a la siguiente sesión.

## Sesiones 2 y 3 Diseñar encuestas

Durante estas sesiones utilizarán lo que ya saben acerca de la publicidad y el consumo de productos que se ofrecen por medio de ella; con esa información podrán diseñar y aplicar una encuesta que les permita indagar sobre los criterios que diversos consumidores usan para adquirir diferentes productos.

equipos

- 1 Reúnanse en equipos de tres integrantes para hacer su proyecto y revisen los datos que encontraron acerca de qué es una encuesta; redacten entre todos una definición sobre este término.**
- 2 Lean la **Secuencia didáctica 8**: ¿Cómo se hace una encuesta? (página 212) y realicen la práctica que allí se pide.**
- 3 Con lo que aprendieron acerca de cómo hacer una encuesta y lo que ya han leído e investigado sobre la publicidad y el consumo de productos, diseñen un cuestionario para hacer una encuesta. Antes de elaborar las preguntas, piensen detenidamente qué desean averiguar y a quién le aplicarán el cuestionario. Pueden integrar muestras de informantes atendiendo a su edad, género, ocupación, nivel socioeconómico o nivel de estudios.**



La participación de todo el equipo es importante para diseñar el cuestionario.

- 4** Pónganse de acuerdo para que todos los miembros del equipo apliquen el mismo cuestionario; por ejemplo, uno encuestará sólo a hombres y otro, a mujeres; o bien, puede aplicar el mismo cuestionario a personas de 15 a 20 años; otro a personas de entre 20 y 40 años, etc. El propósito de que todos apliquen el mismo cuestionario a diferentes grupos de personas es que puedan comparar los resultados para obtener conclusiones acerca del comportamiento de los consumidores, atendiendo a variables como el género, la edad, la ocupación, etcétera.



Al aplicar los cuestionarios, no olviden registrar los datos de la persona encuestada.

- 5** Antes de comenzar la encuesta, muestren su cuestionario a su maestra o maestro para que lo lea y pueda hacerles algunas sugerencias para mejorarlo.
- 6** Pasen en limpio las preguntas y armen el cuestionario definitivo que aplicarán. Organicéense y saquen o escriban las copias que sean necesarias para aplicarlo.

Los alumnos de otra escuela secundaria, diseñaron los siguientes cuestionarios:

### Cápsula

◆ Aunque el tema sobre el que se busque información sea el mismo, siempre se podrán hacer preguntas diversas en función de los datos más importantes que se quieran recabar. En los cuestionarios pueden aparecer preguntas abiertas, si lo que se desea es que el informante de a conocer libremente su postura o su opinión sobre algo; también se pueden estructurar preguntas cerradas. Éstas pueden ser tan cerradas como para sólo permitir un "sí" o un "no" por respuesta, o bien, ofrecer un margen de respuesta restringido (opción múltiple).

### I Cuestionario sobre publicidad y compras

Sexo: Femenino \_\_\_\_\_ Masculino \_\_\_\_\_

Edad: \_\_\_\_\_ años

Grado escolar \_\_\_\_\_

Ocupación \_\_\_\_\_

### Preguntas

1. Cuando compra un producto, ¿en qué se fija? Marque con una X su preferencia.
  - En el empaque o presentación. \_\_\_\_\_
  - En el precio. \_\_\_\_\_
  - En sus componentes y usos. \_\_\_\_\_
2. ¿Qué le gusta o le gustaría comprar más y por qué?
 

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_
3. ¿Influye la publicidad de un producto en su decisión de compra?, ¿por qué?
 

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_
4. ¿Qué publicidad considera que influye más en su decisión de compra: la de la televisión, de la radio, del periódico, de revistas, de los anuncios espectaculares?, ¿por qué?
 

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_



5. Escriba una lista de cinco productos que, según su opinión, compra más frecuentemente, pero que usted considera que no son artículos de primera necesidad.

|   |  |
|---|--|
| 1 |  |
| 2 |  |
| 3 |  |
| 4 |  |
| 5 |  |

6. De la lista anterior, seleccione tres productos e indique con una X, en el espacio correspondiente, cuál es el tipo de influencia que motiva su compra (puede marcar varios espacios para cada producto).

| Producto | Precio | Calidad | Recomendación de personas cercanas | Estar motivado por la publicidad | Ser fiel a la marca | Deseo de disfrutar | Necesidad personal |
|----------|--------|---------|------------------------------------|----------------------------------|---------------------|--------------------|--------------------|
|          |        |         |                                    |                                  |                     |                    |                    |
|          |        |         |                                    |                                  |                     |                    |                    |
|          |        |         |                                    |                                  |                     |                    |                    |

## II

### Cuestionario sobre publicidad y compras

**Sexo:** Femenino \_\_\_\_\_ Masculino \_\_\_\_\_ **Edad:** \_\_\_\_\_ años **Grado escolar:** \_\_\_\_\_

**Ocupación:** \_\_\_\_\_

1. Coloque una X donde lo considere adecuado; puede poner más de una en cada fila.

| Producto   | Es lo que más compro | Es lo que menos compro | Me parecen caros | Es lo que me gustaría comprar más | Cuando lo compro, lo elijo porque me gusta | Cuando lo compro, lo elijo porque cuesta más barato | Lo elijo porque leo u observo sus componentes y me parece bueno | Lo elijo porque me gusta el empaque o su presentación | Lo elijo porque me lo recomendaron |
|--|----------------------|------------------------|------------------|-----------------------------------|--|---|---|---|------------------------------------|
| Alimentos (carne, verduras, fruta, leche...)                 |                      |                        |                  |                                   |  |   |   |   |                                    |
| Comida rápida (hamburguesas, pizzas...)                      |                      |                        |                  |                                   |  |   |   |   |                                    |
| Golosinas (refrescos, papitas, pastelitos)                   |                      |                        |                  |                                   |  |   |   |   |                                    |
| Ropa   |                      |                        |                  |                                   |  |   |   |   |                                    |
| Cosméticos   |                      |                        |                  |                                   |  |   |   |   |                                    |
| Artículos deportivos   |                      |                        |                  |                                   |  |   |   |   |                                    |
| Libros   |                      |                        |                  |                                   |  |   |   |   |                                    |
| Películas, música (discos)                                   |                      |                        |                  |                                   |  |   |   |   |                                    |
| Autos  |                      |                        |                  |                                   |  |   |   |   |                                    |
| Productos de aseo de la casa (papel de baño, detergentes...) |                      |                        |                  |                                   |  |   |   |   |                                    |
| Productos de aseo personal (desodorante, shampoo...)         |                      |                        |                  |                                   |  |   |   |   |                                    |
| Perfumes   |                      |                        |                  |                                   |  |   |   |   |                                    |
| Medicinas  |                      |                        |                  |                                   |  |   |   |   |                                    |

## ■ Para la siguiente sesión

- Saquen o escriban las copias del cuestionario y ténganlas listas para aplicarlas a los encuestados.
- En equipos, apliquen las encuestas y llévenlas ya contestadas a la siguiente sesión.

### Actividades permanentes

Realicen las actividades de la semana 7 de **Lectura libre de cuentos** (página 312).

## Sesión 4 La elaboración de gráficas y textos con los resultados de la encuesta

Usarán esta sesión para procesar los resultados de su encuesta y elaborar una o varias gráficas con el fin de presentarlos. También redactarán un texto en el que comenten y reflexionen las respuestas obtenidas. Para elaborar las gráficas (que pueden ser de barras o de pastel) pueden pedir la asesoría y el apoyo de su maestro o maestra de Matemáticas.

Aquí les mostramos el trabajo que hicieron algunos alumnos de otra secundaria.

### Cápsula

♦ Como en tu primer curso de español también elaboraste gráficas a partir de ciertos datos, puedes volver a consultar la sección correspondiente para recordar cómo puedes trabajarlos. Observa que con el conjunto de respuestas dadas a cada pregunta, tú puedes construir una gráfica. En el ejemplo que aparece en la ilustración, se hicieron dos preguntas básicas y por eso aparecen sólo dos gráficas que muestran las respuestas obtenidas.

### Cuestionario sobre publicidad y compras

Sexo: Femenino ☒ Masculino ☐

Edad: 33 años

Grado escolar 3° de Primaria

Ocupación Empleada doméstica

### Preguntas

1. Cuando compra un producto, ¿en qué se fija: en el empaque o presentación, en su precio, en sus componentes y usos?

Componentes y usos

2. ¿Qué le gusta o le gustaría comprar más y por qué?

Ropa y zapatos porque los necesito

3. ¿Influye la publicidad de un producto en su decisión de compra?, ¿por qué?

Por las ofertas

4. ¿Qué publicidad considera que influye más en su decisión de compra: la de la televisión, de la radio, del periódico, de revistas, de los anuncios espectaculares?, ¿por qué?

Las de las revistas y televisión porque parecen reales

## Cuestionario sobre publicidad y compras

Sexo: Femenino X Masculino \_\_\_\_\_

Edad: 20 años

Grado escolar Cuarto semestre de Medicina

Ocupación Estudiante

### Preguntas

1. Cuando compra un producto, ¿en qué se fija: en el empaque o presentación, en su precio, en sus componentes y usos?

En la presentación y el precio

2. ¿Qué le gusta o le gustaría comprar más y por qué?

Ropa porque la puedo utilizar

3. ¿Influye la publicidad de un producto en su decisión de compra?, ¿por qué?

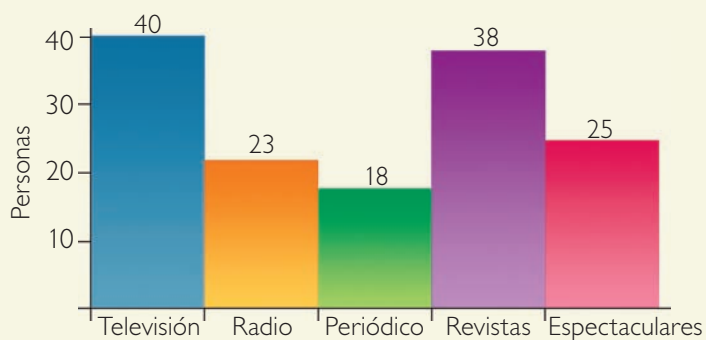
Muchas veces sí influye la publicidad, pero no siempre

4. ¿Qué publicidad considera que influye más en su decisión de compra: la de la televisión, de la radio, del periódico, de revistas, de los anuncios espectaculares?, ¿por qué?

Revistas y TV.

### ¿Influye la publicidad en las compras?

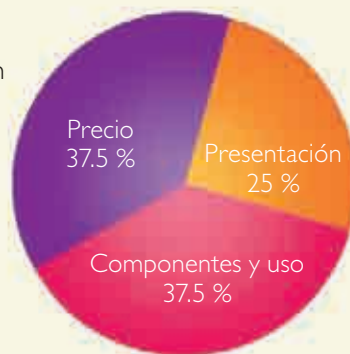
Nuestro equipo de trabajo aplicó una encuesta a 40 personas de entre 15 y 40 años de edad, que viven en nuestra comunidad, para saber en qué se fijaban cuando compraban algo y qué medio publicitario influía más en su compra. Los resultados fueron los siguientes:



La publicidad que más influye en la compra de productos es la anunciada por la televisión y las revistas.

### II. Las personas se fijan para comprar en:

- Componentes y usos = 15
- Presentación y producto = 10
- Precio = 15



Porcentaje por regla de 3

15 : X = 40 : 100%      15 × 100 ÷ 40

15 = 37.5 %

10 = 25 %

6. De la lista anterior, seleccione cinco productos e indique con una X, en el espacio correspondiente, cuál es el tipo de influencia que motiva su compra (puede marcar varios espacios de cada producto)

#### Mujer

| Producto           | Precio | Calidad | Recomendación de personas cercanas | Estar motivado por la publicidad | Ser fiel a la marca | Deseo de disfrutar | Necesidad personal |
|--------------------|--------|---------|------------------------------------|----------------------------------|---------------------|--------------------|--------------------|
| Maquillaje         | X      | X       |                                    |                                  |                     | X                  | X                  |
| Perfumes           | X      | X       |                                    |                                  | X                   | X                  | X                  |
| Ropa               | X      | X       |                                    |                                  |                     | X                  | X                  |
| Comida (golosinas) | X      | X       |                                    | X                                | X                   |                    | X                  |
| Zapatos            | X      | X       | X                                  |                                  |                     |                    |                    |

#### Hombre

| Producto         | Precio | Calidad | Recomendación de personas cercanas | Estar motivado por la publicidad | Ser fiel a la marca | Deseo de disfrutar | Necesidad personal |
|------------------|--------|---------|------------------------------------|----------------------------------|---------------------|--------------------|--------------------|
| cigarros         |        | X       |                                    | X                                |                     | X                  |                    |
| alcohol          | X      | X       |                                    | X                                |                     | X                  | X                  |
| zapato deportivo | X      | X       |                                    | X                                | X                   |                    |                    |
| electrónica      | X      | X       |                                    |                                  |                     | X                  |                    |
| ropa             | X      | X       |                                    |                                  |                     |                    |                    |

### ¿Qué cosas compramos que no necesitamos y cuál es la influencia, de la publicidad en ello?

En nuestro equipo decidimos entrevistar a 20 mujeres y a 20 hombres de entre 15 y 30 años para saber qué productos no necesarios compran y qué inflúa en su compra. Los resultados fueron los siguientes:

| Las mujeres compran | Las hombres compran   |
|---------------------|-----------------------|
| Maquillaje 18       | Cigarros 18           |
| Perfumes 15         | Alcohol 18            |
| Zapatos 20          | Zapatos deportivos 10 |
| Ropa 20             | Electrónicos (cd) 20  |
| Golosinas 18        |                       |

| Compran estos productos porque: | Mujeres | Hombres |
|---------------------------------|---------|---------|
| Se fijan en el precio           | 20      | 15      |
| Se fijan en la calidad          | 20      | 15      |
| Son fieles a la marca           | 12      | 15      |
| Por el deseo de disfrutar       | 10      | 20      |
| Por necesidad personal          | 20      | 5       |
| Porque la publicidad los motiva | 5       | 15      |

### Para su proyecto

- Relean el texto que redactaron y que acompañará a las gráficas elaboradas. Corrijan todo lo que consideren pertinente; además, pasen en limpio su texto para integrarlo al conjunto de trabajos que se expondrán en el periódico mural.
- Lleven los textos redactados en los proyectos 2 y 3 a la siguiente sesión. No olviden tener listo todo lo necesario para poder montar el periódico (cartulina, pegamento, colores, fotografías, mensajes publicitarios, etc.), siempre y cuando esté dentro de sus posibilidades.

Al terminar esta sesión, habrán concluido la Fase I de su proyecto.

## Fase I

- Diseñar encuestas para obtener información acerca del impacto de la publicidad en el consumo de algunos productos.
- Aplicar las encuestas y organizar los datos de las respuestas en gráficas.
- Hacer textos en los que se explique los datos presentados en las gráficas para usarlos en el periódico mural.

## Sesión 5 El montaje del periódico mural

Durante esta sesión montarán el periódico mural en el lugar que la maestra o maestro les asigne; hagan su mejor esfuerzo y colaboren para que quede lo mejor posible. Inviten, luego, a la comunidad escolar a que lo lea.

colectiva

**1 Al final hagan una valoración crítica sobre la información que obtuvieron luego de aplicar sus encuestas. Por ejemplo, discutan según los resultados que hallaron:**

- a) ¿Quiénes consumen más productos y por qué?
- b) ¿Qué productos se consumen más y por qué?
- c) ¿En qué se fijan los consumidores cuando seleccionan un producto?

**2 Después, discutan lo siguiente en el grupo para evaluar las actividades que llevaron a cabo durante los proyectos 2, 3 y 4.**

- a) ¿Qué les gustó más de todo lo que hicieron durante los proyectos?, ¿por qué?
- b) ¿Qué se les hizo más difícil?, ¿por qué?
- c) ¿Qué cosas nuevas aprendieron?
- d) ¿Qué cosas mejorarían o cambiarían si volvieran a desarrollar estos proyectos?, ¿por qué?



Los periódicos murales deben ubicarse en un sitio de fácil acceso para la comunidad escolar.

Al llegar esta sesión, ya deben haber concluido la Fase II de su proyecto.

## Fase II

- Organizar los textos y las actividades necesarias para hacer el montaje del periódico.
- Hacer una valoración crítica de las actividades realizadas en los proyectos 2, 3 y 4.

## Esquema de logros

En los recuadros de abajo, marca con una (✓) tus niveles de logros o avances. Si consideras que cumples con lo señalado pon la marca en la columna de color verde; si consideras que estás en vías de lograrlo, la marca irá en la columna correspondiente al color amarillo; finalmente, si piensas que lo que se menciona es algo que aún no logras hacer o dominar, coloca la marca en la casilla del color rojo. De esta manera identificarás en los aspectos que necesitas repasar o practicar más para cumplir con los objetivos de aprendizaje de este bimestre. Si has tenido algún problema, solicita el apoyo de tu maestro o maestra o de algunos de tus compañeros.

| Adquirí información sobre diversos movimientos poéticos.  |  |  |  |
|---|--|--|--|
| Identifico la función de algunas figuras retóricas.   |  |  |  |
| Adquirí más conocimientos acerca de cómo funcionan los textos argumentativos y los expositivos.                             |  |  |  |
| Identifico fácilmente diversos tipos de argumentos.   |  |  |  |
| Reconozco fácilmente los párrafos en un texto.  |  |  |  |
| Identifico los conectores en un texto y puedo reconocer sus funciones.  |  |  |  |
| Identifico las funciones que tienen algunos signos de puntuación como la coma, el punto y coma y el punto y seguido.        |  |  |  |
| Sé qué es una encuesta y cómo se diseña.  |  |  |  |
| Aprendí cómo analizar un mensaje publicitario.  |  |  |  |
| Logré expresar oralmente un texto poético y lo hice de manera adecuada.   |  |  |  |
| Disfruté la lectura de textos poéticos porque entendí el mensaje que el autor quiso expresar.                               |  |  |  |
| Mejoré mi habilidad para redactar resúmenes.  |  |  |  |
| Desarrollé mi habilidad para construir y presentar argumentos en un debate o para apoyar una respuesta o elección.          |  |  |  |
| Mejoré mis habilidades para buscar información usando medios diversos (con informantes, en libros, en medios electrónicos). |  |  |  |





# Y para terminar...

## A. A buscar argumentos para elegir.

1. Observen los mensajes publicitarios que aparecen a continuación.
2. Seleccionen
  - el más divertido
  - el más creativo
  - el que pretende beneficiar a la sociedad
  - el que pretende engañar
3. Argumenten sus elecciones frente a sus compañeros.

