

**DESARROLLO DE LA
COMPRENSIÓN LECTORA
Y LA PRODUCCIÓN ESCRITA**

Serie Sistema Integral de Apoyo a los Aprendizajes

TEXTOS ARGUMENTATIVOS

Segundo Ciclo Nivel Primario

© OEI República Dominicana
2020

Directora: Catalina Andujar

Coordinadora Cooperación y Desarrollo: Analia Rosoli

Autora: María Isabel Inchaustegui

Título: Desarrollo de la comprensión lectora y la producción escrita
Textos Argumentativos

Serie Sistema Integral de Apoyo a los Aprendizajes

Segundo ciclo

Nivel Primario

Este cuaderno se enmarca en la estrategia Sistema Integral de Apoyo a los Aprendizajes, impulsada por la OEI RD, como apoyo al MINERD para la consecución de las Metas 2021 y el ODS4 y la Agenda 2030.

1 El comentario

ANTES DE LA LECTURA

1. **Responde.** ¿Qué sabes acerca de José Ramón López, escritor dominicano?
2. **Anticipa** alguna de las características que piensas que tendrá el cuento: *Al pobre no lo llaman para cosa buena* de José Ramón López. **Coméntalo** con tus compañeros.
3. **Responde.** ¿Has oído la expresión: *Al pobre no lo llaman para cosa buena* como dicho popular? ¿Por qué piensas que el autor escogió este título?



DURANTE LA LECTURA

4. **Fíjate** en las partes marcadas entre corchetes. **Presta atención** también a las expresiones y palabras destacadas y sus usos en el informe de lectura.
5. **Lee** atentamente el texto hasta el final, y luego, **contesta**. ¿Te parece que el comentario que lees cumple su propósito al realizar un juicio o valoración crítica acerca del cuento?

Al pobre no lo llaman para cosa buena

Tesis {*Al pobre no lo llaman para cosa buena* es un cuento de José Ramón López en el que se conjugan los aspectos referidos al plano de contenido y los aspectos referidos al plano de la forma para mostrar comportamientos propios de la idiosincrasia del campesino dominicano, de su sabiduría popular, reflejando su cosmovisión y la realidad sociocultural de la época.}

Argumentos {Esta perspectiva que planteamos puede comprobarse, en primer lugar³, cuando analizamos el plano del contenido o la historia del cuento. La historia narra cómo el vale Juan, un mendigo habitual de la sección de Los Mameyes va elegantemente vestido fuera de su costumbre en su montura y es saludado por un conocido quien le dice que por sus apariencias parece un potentado rural. El vale Juan le

responde que Don Francisco lo mandó a buscar y que él decidió ponerse su ropa de ir a la iglesia y arreglar a Bonito, su montura, para que parezca el buey de un Presidente porque sabe, según su experiencia, lo que le espera a los pobres cuando lo llaman.

Nuestra posición se reafirma aún más² con el relato que inserta el vale Juan en el cuento acerca de cuando el General Lovera gobernaba en Puerto Plata y mandó a buscar a los pobres del Distrito. Cuando llegaron dio la orden de fusilar a todos los que dijeron que no tenían de qué vivir, menos al vale Juan que dijo: _Yo vivo de lo mío. En medio de la gritería, uno de ellos, le reclamó a su compadre que por qué no le dijo nada para evitarle ese final. El le respondió que no sabía nada. Lo único que sabía es que *ai probe no lo yaman pa na güeno*.

1. Verbos de opinión.

2. Marcador que indica postura del autor del comentario respecto de lo que comenta.

3. Conector de orden.

La estructura del cuento y la secuencia de las acciones se relacionan entre sí para mostrar esa cosmovisión del campesino dominicano. De ahí que el cuento inicie estableciendo el marco de la historia: mención del protagonista, del lugar y tiempo de la narración mediante un narrador en tercera persona, para luego, contar el acontecimiento inicial o hecho que desencadena la historia: la buena apariencia y vestimenta poco usual del vale Juan esa mañana. Después de esta descripción comparativa, el cuento emplea la técnica de la caja china: contar una historia dentro de otra historia. Es cuando el vale Juan le cuenta a su interlocutor lo que hizo el General Lovera en Puerto Plata, historia que viene a confirmar su punto de vista.

Al analizar el discurso, apreciamos¹ cómo entre los recursos lingüísticos empleados en el cuento se encuentran el estilo narrativo indirecto que se combina con el diálogo de los personajes. El diálogo es lo que mantiene la cadena de la historia hasta el desenlace, cuando el vale Juan retoma su opinión inicial del cuento, su manera de pensar acerca de cómo los ricos perciben a los pobres.}

Conclusión

{Puede concluirse entonces, señalando que la historia y el discurso del cuento se conjugan para mostrar comportamientos propios de la idiosincrasia del campesino dominicano, de su sabiduría popular, reflejando su cosmovisión y la realidad sociocultural de la época.}

DESPUÉS DE LA LECTURA

Determina el tipo de texto que es el comentario

1. ¿En qué tipo de enunciados se fundamenta un comentario: en enunciados expositivos que solo informan o en enunciados argumentativos en los que se argumenta, se defiende una postura crítica del que valora la obra a través del comentario?
2. ¿En qué se diferencia entonces un informe de lectura de un comentario de texto?

Ten presente que:

El **comentario** es un trabajo de análisis, reflexión y crítica de un texto. Debe aportar nuevas ideas relacionadas con el texto comentado. Emplea enunciados argumentativos que expresan la opinión del que comenta el texto literario.

Determina la tesis o planteamiento inicial a defender con argumentos

3. **Relee** el inicio del comentario, y luego, **contesta**.
 - ¿Se plantea una tesis o planteamiento inicial a partir de la cual se va a realizar el comentario? ¿Cuál es la tesis? ¿Qué valoración se hace de la obra desde el inicio?

Ten presente que:

En la **tesis** de un texto argumentativo se enuncia la postura que se va a defender.

4. **Relee** el comentario, y luego, **contesta**.

- ¿Cuáles argumentos o razones apoyan la valoración crítica que se hace de la obra de la cual se realiza el comentario?
- ¿Guardan relación estos argumentos o razones con la tesis o valoración crítica expuesta al inicio?

Ten presente que:

Los **argumentos o razones** que se ofrecen para apoyar o demostrar la tesis de un comentario literario se expresan haciendo uso de verbos de opinión en 1ª. persona ya sea en singular: *considero, creo, pienso, opino...* o en plural: *consideramos, creemos, pensamos, opinamos...* forma de expresión menos autoritaria.

5. **Recuerda** detalles del comentario y, luego, **contesta**.

- ¿Quién es el autor del cuento: *Al pobre no lo llaman para cosa buena*?
- ¿Cómo se llama el protagonista del cuento y a qué clase social pertenecía? ¿Cómo iba vestido el personaje? ¿Cómo te enteras de cómo iba vestido: por el narrador o por los personajes o por ambos?
- ¿Cómo se llamaba la montura del protagonista? ¿Cómo iba engalanada dicha montura?
- ¿Adónde se dirigía el protagonista así vestido y en su montura engalanada?

Caracterización de la historia y discurso del cuento

6. **Relee** el texto, y luego, **interpreta**.

- ¿Por qué resulta importante al analizar un cuento, un texto narrativo, analizar la historia (plano del contenido) y el discurso (plano de la forma de expresión) del cuento?

Ten presente que:

Todo texto narrativo es **historia y discurso** a la vez. Al analizar y comentar un texto narrativo debes analizar el plano del contenido o historia y el plano del discurso o contenido.

Determina las partes del comentario

- ¿Qué se expone al inicio del comentario?
- ¿En qué consiste el desarrollo del comentario de un texto narrativo como es el cuento? ¿Se ofrecen valoraciones u opiniones acerca de la historia?
- ¿Se ofrecen valoraciones u opiniones acerca del discurso? ¿Se opina en torno a cómo se logra la relación entre la historia y el discurso en el cuento? ¿Cómo concluye el comentario de texto?

Ten presente que:

Los **pasos** para realizar un comentario son: planteamiento de la tesis inicial que orientará la valoración crítica que se hará de la obra literaria a comentar; argumentos o razones que apoyan la valoración crítica tomando en consideración el género discursivo de la obra literaria comentada (poesía, narrativa, teatro, ensayo); conclusión que retoma el planteamiento inicial.

Analiza el discurso, las formas de expresión del comentario de texto

7. **Relee** el texto. ¿Cuáles palabras o expresiones han sido destacadas en el texto? ¿Sabías que esas marcas del discurso o formas de expresión son también características de la argumentación y que un comentario de textos literarios en cierto modo argumenta, ofrece opiniones, enjuicia, valora las características de un texto?

Ten presente que:

Cada tipo de texto utiliza una formas lingüísticas, unas marcas del discurso. Las **marcas del discurso** que suelen aparecer en los **comentarios de textos** son:

- Uso de verbos de opinión en 1ª. persona (considero, pienso, opino...)
- Uso de marcadores que indican la postura del autor respecto de lo que comenta (sin duda, lamentablemente, es necesario...).
- Uso de conectores de causa (porque, ya que, debido a, gracias a, pues), de explicación (es decir, o sea), de oposición (pero, sin embargo, por el contrario), de adición (además, también), de ejemplificación (por ejemplo), en la argumentación.
- Uso de conectores de orden: (en primer lugar, después), temporales (antes, posteriormente) y de cierre (finalmente).



Opina y valora

8. **Opina** acerca del comentario de: *Al pobre no lo llaman para cosa buena*. **Comenta** con tus compañeros a partir de las preguntas.
- ¿Te ayudó el comentario para profundizar y enriquecer tu valoración acerca del cuento de José Ramón López *Al pobre no lo llaman para cosa buena*?
9. **Opina** acerca del cuento: *Al pobre no lo llaman para cosa buena*.
- ¿Qué opinas acerca de la importancia de un cuento dominicano que muestre rasgos fundamentales de nuestra cultura?
 - ¿Consideras que la literatura popular debe además cuidar los valores estéticos? De acuerdo al comentario, ¿cumple el cuento *Al pobre no lo llaman para cosa buena* con ambos requisitos? ¿Podrías expresar con tus palabras por qué resulta valioso para ti este cuento?

Imagina y crea

10. **Inventa**, y luego **escribe**, un cuento breve en el que el protagonista sea un campesino dominicano.

Desarrollo de actividades de comprensión de textos argumentativos

2 El comentario

ANTES DE LA ESCRITURA

Situación de escritura

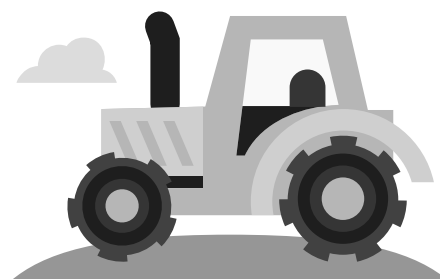
1. **Imagina** que en tu escuela, con el fin de conmemorar el 3 de febrero, el natalicio del escritor José Ramón López, les han leído el cuento *Al pobre no le llaman para cosa buena*. El cuento lo protagoniza un campesino, que al ser llamado por Don Francisco, persona de mayor condición económica que él, se viste con sus mejores galas porque entiende que de su vestimenta dependerá la propuesta y el trato que le haga Don Francisco. Después de la lectura del cuento por parte del docente se propiciaron diversos espacios de intercambio de opinión entre los grupos y realizaron un comentario literario del texto leído. Ahora, les proponen leer otro cuento escrito por José Ramón López: *Siéntate, no corras* o *La revelación de la tumba*, o cualquier otro cuento escogido de la obra: *Cuentos Puertoplateños* del autor y escribir un comentario literario del cuento escogido.

Planificación del comentario

2. **Decide** el título del comentario. **Escoge** entre: *Siéntate no corras* un cuento de política criolla; *Descubre las revoluciones montoneras posteriores a la caída del dictador Ulises Hereaux* en los cuentos de José Ramón López; *Sabiduría popular* en el cuento de política criolla *Siéntate y no corras*.
3. **Indaga** datos acerca de la vida y obra de José Ramón López.
4. **Piensa** cuál planteamiento o tesis expondrás al inicio del comentario de texto. **Escoge** entre: *Siéntate y no corras* es un cuento de José Ramón López que hace una sátira o crítica a la política criolla que se vivió en la región Norte después de la caída del dictador Ulises Hereaux; Las tradiciones y costumbres de la región Norte en *Cuentos Puertoplateños* constituyen una búsqueda de la expresión nacional en la narrativa breve dominicana de inicios de siglo.
5. **Planifica** el comentario de texto que escribirás. **Escribe** datos acerca de la tesis o planteamiento inicial, acerca de los argumentos valorativos y acerca de la conclusión. **Comenta**, luego, la planificación que has escrito del comentario con tus compañeros.

El comentario

Tesis	
Argumentos	
Conclusión	



Planificación del discurso

6. **Practica** el discurso, las formas de expresión del comentario. **Escribe** ejemplos de aspectos del plano de la expresión del comentario en los recuadros. **Cópialos** de otros comentarios que hayas leído o **escríbelos** a partir de los ejemplos analizados del comentario que has leído: *Comentario de texto: A los pobres no los llaman para cosa buena.*

Tesis o planteamiento inicial del comentario <i>Al pobre no lo llaman para cosa buena</i> es un cuento de José Ramón López en el que se conjugan los aspectos referidos al plano de contenido y los aspectos referidos...	Argumentos o razones que apoyan la tesis del comentario La historia del cuento refleja la manera de pensar del vale Juan, su sabiduría popular. El discurso emplea expresiones populares, diálogos y anécdotas.
Conclusión del comentario Puede concluirse entonces, señalando que la historia y el discurso del cuento se conjugan para mostrar comportamientos propios...	Ejemplos de verbos de opinión o planteamientos y perspectivas Esta perspectiva que planteamos puede comprobarse...
Discurso o formas de expresión del comentario Ejemplos de marcadores que indican postura del autor	Ejemplo de conectores
Vocabulario Historia: plano del contenido del cuento, lo que sucede a los personajes del cuento. Discurso: modo en que se cuenta la historia (narrador, recursos del lenguaje empleados...) Cosmovisión: visión del mundo.	Ortografía Ejemplos de palabras con grupos consonánticos (CCV): pobre, plano, idiosincrasia, plantearse, comprobamos...

ESCRITURA DEL COMENTARIO DE TEXTOS

Borrador

7. **Escribe** el comentario de textos. **Guíate** por las pautas ofrecidas.

Inicio

8. **Escribe** la tesis, el planteamiento valorativo inicial de la obra que luego demostrarás con su análisis y comentario. **Recuerda** leer varias veces el texto y consultar otros textos antes de escribir este planteamiento inicial. Esta primera parte debe ser el resultado de lecturas del docente con apertura de espacios de intercambio y de lectura de otras fuentes bibliográficas.

Desarrollo

9. **Escribe** los argumentos o razones que apoyarán la valoración crítica inicial que hiciste de la obra en la tesis o planteamiento inicial del comentario. Recuerda que para expresar opiniones o razones se utilizan verbos de opinión (considero, creo, pienso, opino...) y marcadores que indican la postura del autor respecto de lo que comenta (sin duda, lamentablemente, se debería, es necesario...).

Desenlace

10. **Escribe** la conclusión del comentario de texto. **Procura** retomar la tesis o planteamiento valorativo inicial a fin de confirmarla tomando en consideración datos de los argumentos ofrecidos en el comentario del cuento.

DESPUÉS DE LA ESCRITURA

11. **Revisa** el comentario de texto que has escrito. Primero **revisa** el plano del contenido, luego, el plano de la estructura, del orden de las ideas, y finalmente, el plano de la forma de expresión del contenido.

Revisión de la tesis o planteamiento valorativo inicial del comentario

	Inicio	Proceso	Logrado
• ¿Leíste varias veces el cuento y lo comentaste con otras personas antes de escribir la tesis del comentario? ¿Consultaste datos que te permitan hacer una valoración general del cuento?	☐	☐	☐
• ¿Escribiste la tesis del comentario y la discutiste con otros antes de iniciar tu comentario?	☐	☐	☐

Revisión de la caracterización de la historia y el discurso del cuento comentado

	Inicio	Proceso	Logrado
• ¿Analizaste o expresaste cualidades de la historia o plano del contenido del cuento, es decir, lo que ocurrió y en qué secuencia?	☐	☐	☐
• ¿Analizaste o expresaste cualidades del discurso o plano de la expresión del cuento, es decir, la forma cómo el narrador cuenta lo que ocurrió?	☐	☐	☐
• ¿Valoraste los aportes que hacía al cuento la historia y el discurso? ¿Ofreciste argumentos para apoyar la tesis inicial en relación a la historia y al discurso del cuento?	☐	☐	☐
• ¿Revisaste el borrador del comentario, para dar coherencia al texto mediante conectores?	☐	☐	☐

Revisión de las partes del comentario

	Inicio	Proceso	Logrado
• ¿Escribiste la introducción del comentario respetando el propósito comunicativo del inicio de un comentario de texto de un cuento?	☐	☐	☐
• ¿Iniciaste tu comentario con la tesis o planteamiento valorativo de la obra a comentar?	☐	☐	☐
• ¿Ofreciste argumentos, razones u opiniones acerca de los valores literarios de la historia y del discurso del cuento en el desarrollo?	☐	☐	☐
• ¿Concluiste retomando la valoración crítica del comienzo y ampliándola a la luz de las razones presentadas en el desarrollo?	☐	☐	☐



Revisión del discurso del comentario de texto

	Inicio	Proceso	Logrado
• ¿Empleaste los recursos lingüísticos propios del comentario: verbos de opinión, marcadores de la postura del autor y conectores?	☐	☐	☐

Desarrollo de actividades de producción de textos argumentativos

3 El anuncio radial

ANTES DE LA LECTURA

1. **Responde.** ¿Has escuchado con frecuencia este tipo de textos? ¿Dónde? ¿Pudiste identificarlos por su mensaje, por su ritmo, por la música que le sirve de fondo, los complementa? ¿Qué sabes acerca de los anuncios radiales, televisivos o impresos?
2. **Anticipa** qué tipo de anuncios según el medio de difusión pueden realizarse. ¿Escuchas o ves o lees con frecuencia anuncios radiales, televisivos o impresos? ¿Cuáles son algunos de tus anuncios favoritos y por qué? **Coméntalo** con tus compañeros.

DURANTE LA LECTURA

3. **Fíjate** en las partes marcadas entre corchetes. **Presta atención** también a las expresiones y palabras destacadas y sus usos en el anuncio.
4. **Lee** atentamente el texto hasta el final, y luego, **contesta.** ¿Has pensado en cómo se realiza un anuncio de radio, un anuncio de televisión, un anuncio impreso? ¿Qué ventaja siguen teniendo los anuncios radiales en cuanto a difusión de los mismos se refiere? ¿A cuáles comunidades llegan principalmente anuncios radiales? ¿Por qué?

Ten presente que:

Hoy en día la **publicidad** se ha convertido en parte indispensable de nuestro sistema económico ya que está relacionada con la fabricación, distribución y comercialización de productos o servicios. Su **función principal** es comunicar el mensaje de la marca o de la institución, según el tipo de anuncio, a los destinatarios. Los anuncios de radio tienen gran alcance y resultan muy económicos en comparación con los anuncios de televisión.



Anuncio radial Médicos sin fronteras

Pon una vacuna Pon una vacuna

1. .

Vacunar a miles y miles de niños en un lugar como éste donde no hay electricidad es un desafío logístico enorme.

2. .

El día que las vacunas no necesiten frío para conservarse nos permitirá vacunar a más niños de un modo más sencillo y económico.

Somos pocos los que administramos las vacunas porque como sabes son inyectables y solo el personal sanitario calificado puede hacerlo.

Debemos vacunar a más niños. Tenemos que destinar más esfuerzos y recursos evitar que un millón y medio de niños mueran cada año por no tener una

vacunación adecuada.

Tú puedes poner la próxima vacuna.

Tú puedes poner la próxima vacuna.

Tú puedes poner la próxima vacuna.

Únete a nuestro equipo y, si puedes, haz un donativo.

Haz un donativo, pon una vacuna.

Médicos sin fronteras

<https://ponunavacuna.msf.es/>

Ten presente que:

Los **anuncios radiales** no poseen contenido visual. Esta falta podría considerarse una desventaja de los anuncios radiales, sin embargo, permite al radio oyente el uso de su imaginación, mientras se encuentra realizando diversas tareas en simultaneo. Es conocido que muchas personas que oyen radio se encuentran realizando labores cotidianas e incluso trabajando, mientras se acompañan o se entretienen con sus mensajes, lo cual hacen de la radio un magnifico medio de difusión de mensajes publicitarios.

DESPUÉS DE LA LECTURA

5. **Recuerda** detalles de los anuncios y, luego, **contesta**.

- ¿A quién se dirige el anuncio y qué mensaje envía?
- ¿Cuál institución promueve el anuncio de radio?
- ¿Te parece que persigue fines económicos o sociales?
- ¿A qué clase de anuncios según el anunciante corresponde entonces?
- ¿A qué clase de anuncio corresponde según el medio por el que será difundido?

6. **Relee** el texto, y luego, **responde**.

- ¿Consideras que los problemas de salud pública como los de la vacunación para evitar enfermedades debe promoverse anualmente? ¿Por qué?
- ¿Piensas que mundialmente se ha logrado un nivel de seguridad social que protege a todos los niños del mundo a todas las personas que lo necesitan? ¿Qué conviene hacer entonces?

Determina las partes del anuncio

- ¿Cómo se organizan y ordenan los componentes del anuncio radial? ¿Cuáles son los componentes? ¿A qué se llama *jingles*?

Ten presente que:

En los **anuncios de radio** se utilizan con frecuencia los **jingles**, porque suelen ser recordados con facilidad. Al planificar anuncios de radio se toman decisiones en cuanto al **tipo de programa** en el que se difundirá el anuncio en atención al **target o público** al que se dirige. También resulta imprescindible escoger el **tipo de música** en coherencia al contenido del programa y al público. El programa se estructura en partes, alternando dichas partes con la pausa comercial.

Los componentes del anuncio radial son: texto, música/jingle, efectos especiales de sonido y silencio. Se organizan mediante un guión.

Analiza el discurso, las formas de expresión

7. **Relee** el texto. ¿Cuáles palabras o expresiones han sido destacadas en el texto?
 - ¿Sabías que esas marcas del discurso o formas de expresión del anuncio son características de los textos argumentativos? ¿Cuáles de esas formas lingüísticas puedes reconocer en un anuncio? ¿Cuáles efectos especiales de sonido y silencio puedes escuchar además en el anuncio?
8. **Identifica** expresiones que informan en el anuncio. Luego, **identifica** en el mismo anuncio expresiones subjetivas que apelan a los sentimientos.
9. **Escucha** el tipo de música que se emplea en el anuncio. Luego, **comenta** qué efectos se persiguen mediante su uso en el anuncio.

Ten presente que:

Cada tipo de texto utiliza una formas lingüísticas, unas marcas del discurso. Las **marcas** que suelen aparecer en los **anuncios radiales** son:

- Estrategias para captar la atención del público a que se destina: uso de segunda persona del singular y de la informalidad para acercarse a él en el anuncio
- Empleo de expresiones objetivas, que informan, denotativas.
- Empleo de expresiones subjetivas, que apelan a los sentimientos y a las emociones.
- Oraciones imperativas e interrogativas.
- Efectos especiales de sonido y de silencio.

Opina y valora

10. **Opina** acerca del anuncio radial que has leído y escuchado. **Comenta** con tus compañeros a partir de las preguntas.
 - ¿Te parece importante el que aparezcan en los medios de comunicación este tipo de anuncios? ¿Por qué?
 - ¿Estimas que los anuncios que promocionan servicios sanitarios son indispensables por el rol que desempeñan en la sociedad? ¿Qué utilidad tiene, por ejemplo el anuncio: *Pon una vacuna*?

- ¿Por qué debemos comprender que todos los anuncios no tienen un interés comercial y que la publicidad desempeña un papel fundamental en la promoción de valores y servicios a través de la propaganda o anuncios institucionales? **Dialoga** con tus compañeros y construyan una respuesta en grupo.

Imagina y crea

11. **Inventa**, y luego **escribe**, un jingle de un anuncio radial sobre un tema de tu interés. Después, **preséntalo** a la clase.
12. **Imagina** que te corresponde promover un programa de capacitación para prevenir enfermedades transmitidas por el mosquito en nuestro país, dirigido a un público adulto rural. **Decide** cada uno de sus componentes y justifícalos en función a público al que se destina el anuncio radial.



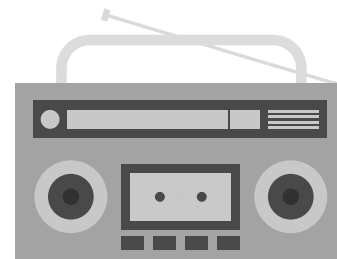
Desarrollo de actividades de comprensión de textos argumentativos

4 El anuncio radial

ANTES DE LA ESCRITURA

Situación de escritura

1. **Imagina** que has sido escogido como talento de voz para grabar el siguiente anuncio de *Médicos sin fronteras, 40 años más allá de la medicina*. **Lee** el anuncio para tener una idea global de su contenido. Luego, **ponte** en la situación de tantos médicos y de tantas personas que arriesgan sus vidas por salvar la vida de otros. **Lee**, con fines de grabación el guión que te ofrecemos. **Imprímelo** la emoción que un spot promocional de tipo testimonio requiere para transmitir apropiadamente su mensaje. Después, **escribe** una nueva versión de este anuncio radial. **Investiga** otros lugares o enfermedades que haya combatido esta institución o **imagina** la asistencia que una institución como ésta puede ofrecer en situaciones dramáticas como el terremoto de Ecuador o en el lugar que selecciones.



40 años yendo más allá de la Medicina

Sobreviví al terremoto de Haití.

Soy lo único invencible e inmortal
Soy, la esperanza.

Nadé contra las inundaciones de
México,
de Pakistán, en los tsunamis de
Indonesia y de Japón.

Médicos sin fronteras.
40 años yendo más allá de la Medicina.
¿Qué más sabes de nosotros?

Resistí el cólera en Etiopía, la
tuberculosis en Kenia
Padebí hambre en Somalia.

[http://cdn23.merca20.com/
wp-content/uploads/2013/11/7.-
MedicosSinFronteras_Ogilvy-Brasil.
mp3](http://cdn23.merca20.com/wp-content/uploads/2013/11/7.-MedicosSinFronteras_Ogilvy-Brasil.mp3)

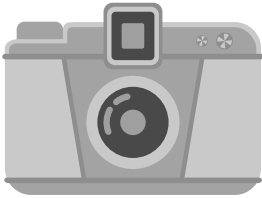
Planificación del contenido

2. **Escucha** el anuncio de *Médicos sin fronteras* en:
http://cdn23.merca20.com/wp-content/uploads/2013/11/7.-MedicosSinFronteras_Ogilvy-Brasil.mp3
3. **Escucha** luego diferentes tipos de anuncios radiales que promuevan instituciones que desarrollan acciones para el bienestar de los demás.
4. **Planifica** el anuncio de promoción de dicha institución o de las acciones sociales que emprende. **Comenta**, luego, la planificación que has escrito del anuncio con tus compañeros.

Planificación del discurso

5. **Practica** el discurso, las formas de expresión, del lenguaje verbal del anuncio. **Escribe** ejemplos de aspectos del plano de la expresión de la del anuncio radial en los recuadros. **Cópialos** de otros anuncios radiales de propaganda o interés social que hayas leído o **esríbelos** a partir de los anuncios acerca de *Médicos sin fronteras* que has escuchado.

Estrategias para captar la atención del público a que se destina Uso de segunda personal del singular y de la informalidad para acercarse a él en el anuncio.	Empleo de expresiones objetivas Que informan, denotativas.
Empleo de expresiones subjetivas Que apelan a los sentimientos y a las emociones.	Efectos especiales de sonido y de silencio
Vocabulario con función persuasiva	Ortografía Formas irregulares del verbo ir: Ir, voy, iré, iba, yendo.



ESCRITURA DEL ANUNCIO RADIAL

Borrador

6. **Escribe** el anuncio radial de interés social o propaganda. Puedes escoger entre un spot promocional de tipo testimonio como el anuncio de *Médicos sin fronteras* o un anuncio para ser cantado o jingle. Si te decides por un jingle, deberás escribir la letra de una canción que, a la vez, promueva una institución o actividad de interés social. **Guíate** por las pautas ofrecidas.

Ten presente que:

El **anuncio radial** es el formato más corto de todos. Tiene una duración máxima 30 segundos. El mensaje debe ir personalizado al público o target a que se destina. Los elementos sonoros y la música complementan la idea. Antes de iniciar, reflexione acerca de los objetivos que se persiguen con el spot publicitario, cuál es el posicionamiento que tiene dicha institución o acción social que promoverá, cuál es el público al que dirigirá el anuncio.

Inicio

7. **Escribe** el guión de radio en el que especifiques los diálogos, efectos de sonido, música, locutor, entre otros. **Recuerda** que el propósito que persigues es convencer y que los seres humanos reaccionan tanto ante los argumentos o razones pero que también son motivados por las emociones. En el anuncio radial, las imágenes vienen dadas por los efectos de sonido, la música y eventualmente la narración. De modo similar, los planos se logran de manera auditiva: La locución puede estar en primer plano, los efectos especiales en segundo y la música en tercero, por ejemplo.

Ten presente que:

En el inicio debes captar la atención inmediata del oyente al señalar enfáticamente el problema que se necesita resolver. En nuestra introducción debemos presentar el dilema, asunto a resolver.

Cuerpo del anuncio

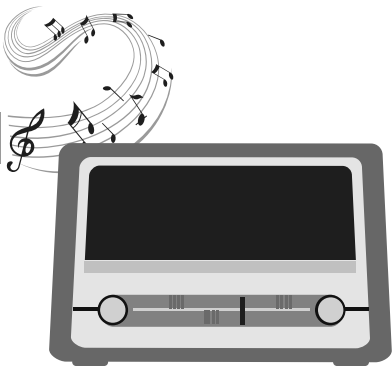
8. **Escribe** el cuerpo o desarrollo del anuncio resaltando los beneficios del servicio que presta la institución a la que realizas el anuncio promocional. **Utiliza** un lema, un slogan para promover la acción de interés social de que se trate.

Cierre

9. **Escribe** el cierre del anuncio. **Recuerda** la importancia de insistir en el tema o de identificar la institución que promueve las ideas o el evento. Generalmente se cierra el anuncio con el lema o slogan que promueve la institución o razón social.

DESPUÉS DE LA ESCRITURA

10. **Revisa** el anuncio que has escrito. Primero **revisa** el plano del contenido, luego, el plano de la estructura, del orden de las ideas, y finalmente, el plano de la forma de expresión del contenido.



Revisión del contenido del anuncio

	Inicio	Proceso	Logrado
• ¿Cuál es el mensaje que se desea transmitir?	☐	☐	☐
• ¿Se logra transmitir ese mensaje de manera apropiada?	☐	☐	☐
• ¿No hay contradicción entre lo que se expresa mediante palabras y lo que se expresa mediante la música y los efectos sonoros sino que se complementan los mensajes?	☐	☐	☐

Revisión de la estructura del anuncio

	Inicio	Proceso	Logrado
• ¿Previo a la realización del anuncio radial se escribió un guión que incluye los diálogos, los efectos de sonido, la música, los textos que serán leídos por el locutor...?	☐	☐	☐
• ¿Cumple el anuncio con las partes que lo caracterizan: encabezamiento o titular, cuerpo del anuncio y cierre?	☐	☐	☐
• ¿Las ideas que se escriben en esas partes corresponden a las mismas?	☐	☐	☐
• ¿Posee un slogan y cumple éste con su característica fundamental, es decir, invitar a la acción en breves palabras?	☐	☐	☐

Revisión del discurso del anuncio

	Inicio	Proceso	Logrado
• ¿Cumple el plano de la expresión o discurso del anuncio con los aspectos analizados y practicados previamente?	☐	☐	☐
• ¿Te parece que la institución de que trata el anuncio debe seguir siendo promovida ya que es una institución que brinda un servicio importante a la sociedad?	☐	☐	☐
• ¿Se utilizaron oraciones imperativas e interrogativas?	☐	☐	☐
• ¿Se utilizaron expresiones objetivas, que informan?	☐	☐	☐
• ¿Se utilizaron expresiones subjetivas, que apelan a los sentimientos y a las emociones?	☐	☐	☐
• ¿Se complementó el mensaje con música y efectos sonoros?	☐	☐	☐
• ¿Se cuidó el vocabulario evitando repeticiones innecesarias y empleando términos adecuados según el tema y propósito del anuncio?	☐	☐	☐
24 • ¿Se cuidó la correcta escritura de las palabras, de la acentuación y puntuación?	☐	☐	☐

Desarrollo de actividades de producción de textos argumentativos

