



Lengua y
comunicación

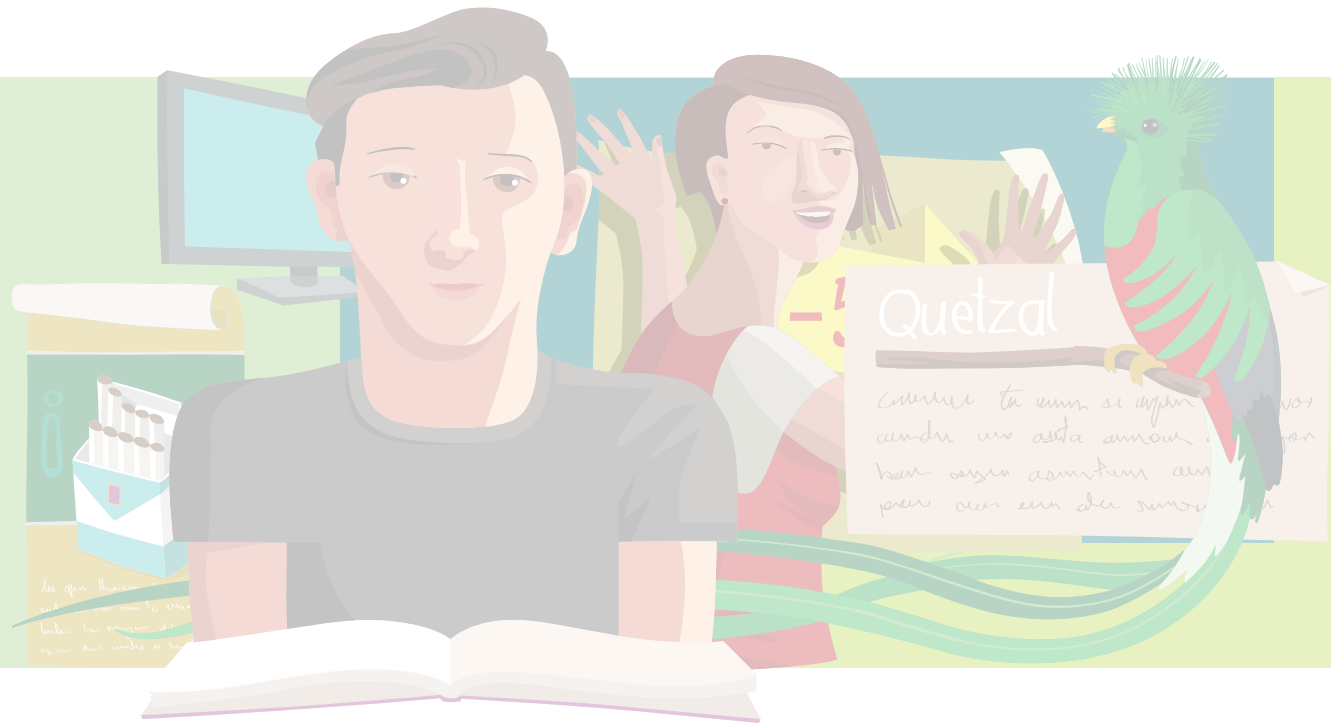
Curso 3

Estrategias didácticas para la comprensión de textos argumentativos

Cuaderno
para el asesor



Asesoría especializada



Mtro. Aurelio Nuño Mayer
Secretario de Educación Pública

Lic. Mauricio López Velázquez
Director General del INEA

Créditos de la presente edición

Coordinación general
Celia del Socorro Solís Sánchez

Coordinación académica
Maricela Patricia Rocha Jaime

Autoría
Ana María Castillo Carmona
Maricela Patricia Rocha Jaime

Revisión
Margarita Palacios Sierra
María de Lourdes Aravedo Reséndiz
Aída Araceli Suárez Reynaga

Coordinación gráfica y cuidado de la edición
Greta Sánchez Muñoz
Adriana Barraza Hernández

Apoyo al cuidado de la edición
Hugo Fernández Alonso

Seguimiento editorial
María del Carmen Cano Aguilar

Revisión editorial
Eliseo Brena Becerril
Alicia Naves Merlín

Diseño
Ricardo Figueroa Cisneros

Diagramación
Noemí Medina Rodríguez

Fotografía e ilustración
Banco de imágenes del INEA

Asesoría especializada. Eje de Lengua y comunicación. Cuaderno para el asesor. Curso 3. *Estrategias didácticas para la comprensión de textos argumentativos*. D. R. 2017 © Instituto Nacional para la Educación de los Adultos, INEA. Francisco Márquez 160, Col. Condesa, Ciudad de México, C. P. 06140.

Esta obra es propiedad intelectual de sus autores, y los derechos de publicación han sido legalmente transferidos al INEA. Prohibida su reproducción parcial o total por cualquier medio, sin autorización escrita de su legítimo titular de derechos.

Algunas veces no fue posible encontrar la propiedad de los derechos de algunos textos y/o imágenes aquí reproducidos. La intención nunca ha sido la de dañar el patrimonio de persona u organización alguna, simplemente el de ayudar a personas sin educación básica y sin fines de lucro. Si usted conoce la fuente de alguna referencia sin crédito, agradeceremos establecer contacto con nosotros para otorgar el crédito correspondiente.

ISBN *Modelo Educación para la Vida y el Trabajo*. Obra completa: 970-23-0274-9

ISBN Asesoría especializada. Eje de Lengua y comunicación. Cuaderno para el asesor. Curso 3. *Estrategias didácticas para la comprensión de textos argumentativos*: 978-607-710-393-6

Índice

Presentación	5
Tema 1 Características generales de los textos argumentativos y la lectura de ojeada	8
Actividad 1 Partir de los conocimientos	8
Actividad 2 Características generales de los textos argumentativos	9
Actividad 3 Hablar para convencer	12
Actividad 4 Convencer por escrito	14
Actividad 5 Diferentes intenciones... diferentes lecturas	17
Actividad 6 Una lectura de ojeada a los textos argumentativos	19
Actividad 7 La lectura de ojeada en los módulos	20
Actividad 8 Lectura de ojeada en la asesoría	22
Actividad 9 Guía para la aplicación y valoración de estrategias	24
Tema 2 La estructura del texto argumentativo, una lectura detallada	25
Actividad 10 Partir de los conocimientos	25
Actividad 11 Lo primero a leer: hipótesis, problema o planteamiento	27
Actividad 12 Lectura detallada de los argumentos	31
Actividad 13 Para localizar los argumentos	33
Actividad 14 Lectura de la conclusión	37
Actividad 15 Tipos de oraciones en los textos argumentativos	40

Actividad	16	Los nexos nos permiten identificar textos argumentativos	42
Actividad	17	Práctica de la lectura detallada y la localización de elementos clave	46
Actividad	18	La lectura detallada en la asesoría	49
Actividad	19	Aplicación y valoración de estrategias	51

Tema 3 Tipos de argumentos y sus usos: conocer, identificar y comprender **52**

Actividad	20	Partir de los conocimientos	52
Actividad	21	Lectura de argumentos con ejemplos	54
Actividad	22	Lectura de argumentos por analogía	56
Actividad	23	Lectura de argumentos de autoridad	62
Actividad	24	Lectura de argumentos acerca de las causas	65
Actividad	25	Lectura de argumentos deductivos	66
Actividad	26	Lectura crítica de los textos	69
Actividad	27	Planeando la asesoría	70
Actividad	28	Aplicación y valoración de estrategias	74



La lectura es la gran proveedora de argumentos, la clave para que los demás te escuchen.

José Miguel Monzón

Presentación

Desde el inicio de un día hasta que éste llega a su fin estamos rodeados de una infinidad de información, de medios de comunicación, de personas que nos quieren convencer de comprar, de tomar partido, o bien de votar; sin embargo, no siempre tenemos la capacidad de poder recibir, discernir, analizar y comparar esta información para tomar la mejor decisión.

¿Cuántas veces te han convencido de algo que en realidad no era tan maravilloso?, ¿cuántas veces escuchas opiniones que no son las más acertadas? Esto sucede debido a que estamos rodeados de más información, pero no contamos con herramientas para analizarla. Existen diversos textos y personas que dan información pero, ¿cómo leer?, y ¿qué debemos esperar de los textos que

nos intentan convencer de algo? Éstas y otras interrogantes serán revisadas en este material.

Los propósitos que perseguimos son que tú, como asesor:

- Reconozcas las características de los textos argumentativos para saber el momento y el lugar en los que puedes servirte de ellos.
- Identifiques las estrategias lectoras que facilitan la comprensión de estos textos y que le permiten al receptor desarrollar sus capacidades argumentativas.
- Genere estrategias didácticas encaminadas al análisis, comprensión y revisión de los textos argumentativos.

Este curso, *Estrategias didácticas para la comprensión de textos argumentativos*, está integrado por tres temas:

Tema 1. Características generales de los textos argumentativos y la lectura de ojeada; en él encontrarás elementos necesarios y suficientes que te permitirán revisar y analizar detenidamente la diversidad de información que recibes mediante una variedad de medios, y de esta forma tener una gama de posibilidades que te ayude a tomar decisiones acertadas y pertinentes; así como a externar tus puntos de vista, acuerdos y desacuerdos en la adquisición de un bien o servicio.

Tema 2. La estructura del texto argumentativo, una lectura detallada; en él hallarás información que te permitirá identificar plenamente los componentes que integran a un texto argumentativo, reconocer las precisiones y la forma en la que se exponen las diferentes ideas y puntos de vista en el discurso de este tipo de texto, con la finalidad de reconocer cómo se da la interacción entre los elementos que lo conforman.

Tema 3. Tipos de argumento y sus usos: conocer, identificar y comprender; en él tendrás acceso a información que te posibilitará en lo sucesivo la aceptación o el rechazo de una idea, planteamiento o servicio, de acuerdo con un análisis de la información, así como de la reflexión que te permita externar razonamientos en la defensa de los argumentos hacia la postura a favor o en contra de situaciones específicas de la vida cotidiana.

Esperamos que este curso sea de mucha utilidad para que la asesoría especializada que brindes a tus educandos y personas que la soliciten sea cada vez más eficiente.

Recuerda:

De los diversos instrumentos inventados por el hombre, el más asombroso es el libro; todos los demás son extensiones de su cuerpo...

Sólo el libro es una extensión de la imaginación y la memoria

Jorge Luis Borges.

Sabemos que tu experiencia y saberes enriquecerán el contenido de este curso.

¡Te deseamos éxito al estudiar este curso y en tus asesorías!

Tema 1 Características generales de los textos argumentativos y la lectura de ojeada

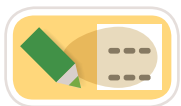
Actividad 1 Partir de los conocimientos

Para iniciar este tema revisaremos los conocimientos que tienes sobre las características de los textos argumentativos y los usos que tienen.



Selecciona, de los textos que se presentan, cuáles usan un discurso argumentativo.

Una noticia	Un reportaje	Un discurso	Una ponencia
Un ensayo	Un comercial	Un volante	Un cuento
Una novela	Un letrero	Un espectacular	Un editorial



Escribe las razones de tu elección.

Los textos que elegí son argumentativos porque...



Comenta brevemente con tus compañeros cuáles son los textos que te parecieron argumentativos.

Actividad 2 Características generales de los textos argumentativos

Para el trabajo con este tipo de textos es necesario conocer sus características generales y los propósitos que persiguen.

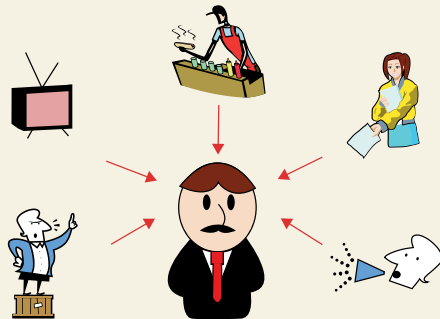


Lee el siguiente texto.

Los textos argumentativos

Argumentar tiene sus orígenes en la palabra en latín *argumentare*, que significa aducir, alegar, poner argumentos. Así, argumentar significa dar razones para defender o refutar una opinión o idea, con la finalidad de convencer o persuadir a alguien sobre algo.

Propósito: Convencer

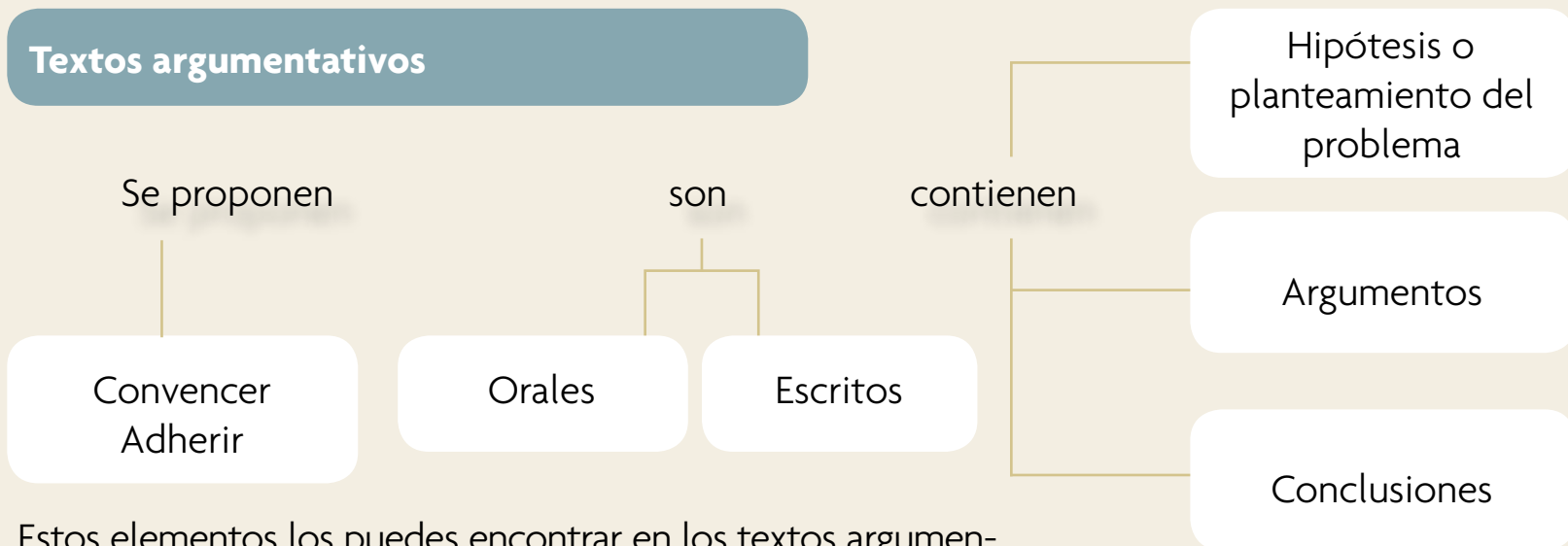


La **argumentación** es una herramienta discursiva enfocada al receptor con el propósito de lograr su **adhesión**.

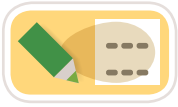
La argumentación puede realizarse de diferentes maneras (escrita u oral) y transmitirse por diferentes medios: televisión, radio, prensa, boletines, y en la vida cotidiana. Cualquiera que sea el medio, utilizando la argumentación podemos persuadir o convencer a otras personas de que se adhieran, realicen acciones o tomen decisiones. En este tipo de texto se pueden apreciar tres elementos fundamentales: una *hipótesis o planteamiento de un problema*, los *argumentos* y las *conclusiones*.

La hipótesis o planteamiento del problema es el elemento que nos indica de qué tratará el texto; los argumentos son los componentes que proporcionan información para defender o refutar la hipótesis o problema. Estos razonamientos proporcionan los fundamentos con los que se pretende convencer a quienes leen o escuchan la idea; la conclusión es el resultado del desarrollo del razonamiento, del proceso argumentativo sobre una opinión manifiesta. La conclusión puede confirmar, refutar o incluso rechazar la hipótesis propuesta. Esto sucede, con frecuencia, en los textos de investigación científica.

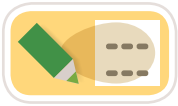
Textos argumentativos



Estos elementos los puedes encontrar en los textos argumentativos, tanto en los impresos como en los orales.



Recuerda alguna situación en la que alguien te haya querido convencer. ¿De qué te trataba de convencer? Escríbelo.



Escribe alguno de los argumentos que la persona en cuestión empleaba para convencerte.



Comparte con otros asesores tus respuestas.

Actividad 3 Hablar para convencer

Algunas de las situaciones orales argumentativas son: discusiones, deliberaciones, discursos, mesas redondas, paneles de expertos, debates, comerciales, foros y los permanentes diálogos de la vida cotidiana. En cada una de ellas tiene como propósito formar opinión en la audiencia con diversas finalidades: la compra, la adhesión o la toma de postura. Finalmente, todo en la vida es argumentativo.

En algunos medios, como la radio y la televisión, se usan herramientas como imágenes llamativas, ambientes irreales, artistas, opulencia, soluciones “mágicas” y rápidas a los problemas que las personas viven de forma cotidiana, pero ¿Cuánto de lo que dicen puede ser real? Recordemos que la realidad o la verdad son conceptos relativos, por eso es válido argumentar y por eso, sobre todo, cada uno tiene su propio punto de vista.

12



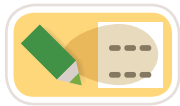
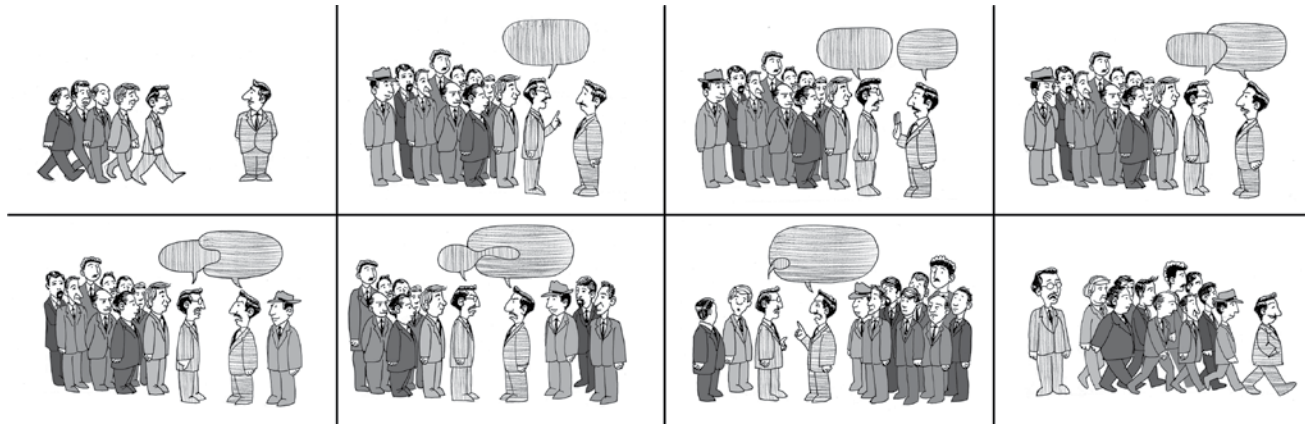
Revisa en la Revista *El poder de la palabra*, del módulo *Hablando se entiende la gente*, el artículo "¡Nos atacan... los anuncios!" Reflexiona acerca de cómo, más de una vez, te has dejado convencer en la compra de algún producto que no era indispensable.

En la sociedad todos pueden tener razón porque, finalmente, la verdad está compuesta de las diversas partes de verdad que cada uno de nosotros posee. La importancia de la argumentación radica en que obliga a crear espacios de tolerancia donde nadie es dueño de la verdad y todos

la construyen en la interacción permanente del diálogo con razones. Ésta es la vida civilizada del razonamiento. Cuando las palabras no tienen lugar, el espacio de acción cede a la violencia. Las decisiones son fruto de este ejercicio de intercambio y argumentación.



Observa el siguiente ejemplo de argumentación.



Escribe una opinión sobre la caricatura que observaste.

Actividad 4 Convencer por escrito

Los textos argumentativos orales y escritos comparten una estructura básica: hipótesis, argumentos, conclusiones. En todo texto hay un propósito argumentativo, pero los textos científicos y académicos están dirigidos a receptores en disposición de adquirir conocimientos. Estos conocimientos se adquieren mejor si el texto argumenta su planteamiento. Algunos textos de este orden son el ensayo, artículos científicos y monografía; en el ámbito editorial encontramos artículos de opinión, crítica, y editorial; en el ámbito publicitario, anuncios, volantes y carteles, entre otros.

sentimientos o de la autoridad, faltamos al principio argumentativo del razonamiento, así como cuando empleamos falacias que deforman la acción.



Cada uno de los textos argumentativos pretende influir en la opinión de un receptor o en la opinión pública, mediante argumentos que se dirigen al intelecto, a los sentimientos de las personas o ejerciendo una autoridad social, institucional o moral. Cuando argumentamos a partir de los

- Si yo le convenciese a usted de que mi plan es admisible, ¿lo admitiría usted?
- No. En absoluto. Y si yo le convenciese de que su plan está equivocado, ¿lo retiraría usted?
- Nunca. Jamás.
- Vale, estupendo. Dialoguemos, pues.

Para una mejor lectura de este tipo de textos es necesario conocer la estructura general a la que obedecen y los elementos gramaticales que los distinguen. Algunos de estos elementos los revisaremos con mayor atención.



Lee el artículo ¡Nos atacan los anuncios! en la revista del módulo *Hablando se entiende la gente*, 3ª edición, p. 64.



Selecciona la hipótesis o planteamiento del problema que se sostiene en dicho artículo, recuerda que debe ser la opinión que se pretende demostrar en el desarrollo del texto.

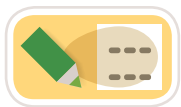
Ésta se encuentra, generalmente, en el título o en los primeros párrafos del artículo.

La publicidad es el medio por el cual se da a conocer la imagen, características y beneficios de un producto, un servicio, una organización, un ser vivo, etcétera, con el objetivo de provocar una reacción en un grupo determinado de la sociedad.

Algunos anuncios publicitarios basan sus mensajes en las características reales de sus productos y servicios, pero otros exageran, confunden o mienten, por lo cual violan la ley.

Cada día se consumen enormes cantidades de productos que son presentados a la sociedad a través de diferentes medios, con la finalidad de que los consumidores utilicemos parte de nuestro salario en adquirirlos; a esta forma de comercializar se le conoce como publicidad.

Otra forma que tienen los publicistas para lograr que recordemos determinado producto, es mediante la repetición continua de los anuncios y el eslogan, es decir, la frase de identificación.



Escribe tres de los argumentos que se exponen en el texto.

Argumento 1.

Argumento 2.

Argumento 3.



Comparte y compara tus argumentos con otros asesores.

Actividad 5 Diferentes intenciones... diferentes lecturas

Como sabes, la lectura es una herramienta muy importante en la actualidad, esto se debe a que estamos rodeados de diversos textos orales, impresos y electrónicos que debemos decodificar de forma adecuada.

La lectura se va consolidando con la práctica y el ejercicio cotidiano. Por ello es necesario brindar a las personas que asesoras esta herramienta tan necesaria.

La lectura tiene diferentes formas, finalidades y niveles de profundidad.

- Lectura de ojeada o de comprensión.
- Lectura de interpretación.
- Lectura de valoración.

En una primera **lectura de ojeada**, el lector tiene un propósito de lectura a partir del cual selecciona un texto. Si tienes que cocinar, no vas a leer un texto que hable sobre la historia de la comida, sino que tendrás que seleccionar de ojeada sólo el texto que consideres que cubre el criterio de la receta y no el resto de los textos.

En una **lectura detallada o de interpretación**, tomamos el texto, lo leemos y desentrañamos lo que el autor quiere decir. Siguiendo con el ejemplo de la receta, revisa con mayor detalle los ingredientes, los procedimientos, los tiempos.

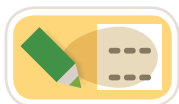
En una **lectura de valoración**, se revisa la coherencia, la ilación, el sentido, la eficacia y la cohesión de un texto. Por ejemplo, si la intención del lector es cocinar rápido y sencillo, pero el texto que seleccionó tiene muchos pasos, demasiados ingredientes y es muy complejo, determinará que este texto no es lo que quiere y lo desechará.

Estos tipos de lecturas las trabajaremos a lo largo de este curso con los textos argumentativos.



Revisa el índice del Libro del adulto, del módulo *Saber leer*, 3ª edición y localiza los temas en donde se tratan los textos argumentativos.

Escribe a continuación los nombres de las unidades.





Comenta con tus compañeros las semejanzas y diferencias de los tipos de lectura que trata el módulo y los que se presentan en la lectura anterior.

Actividad 6 Una lectura de ojeada a los textos argumentativos

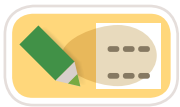
Con los elementos que revisamos podemos seleccionar algunos textos que nos rodean, recuerda que deben ser textos que intenten convencerte, que tengan una hipótesis o un problema por solucionar, unos argumentos y una conclusión.

Recuerda que en una lectura de ojeada no es necesario leer todo el texto, sólo hay que tener claros los elementos que deseamos encontrar.



De los siguientes tipos de texto, selecciona, de acuerdo con estos principios, los que son textos argumentativos.

Noticia	<input type="checkbox"/>	Reportaje	<input type="checkbox"/>	Discurso	<input type="checkbox"/>	Cuento	<input type="checkbox"/>
Ensayo	<input type="checkbox"/>	Comercial	<input type="checkbox"/>	Monografía	<input type="checkbox"/>	Novela	<input type="checkbox"/>
Conversación informal	<input type="checkbox"/>	Letrero	<input type="checkbox"/>	Espectacular	<input type="checkbox"/>	Conferencias	<input type="checkbox"/>
Artículos informativos	<input type="checkbox"/>	Anuncio	<input type="checkbox"/>	Artículo de opinión	<input type="checkbox"/>	Disertaciones	<input type="checkbox"/>



Escribe en la columna donde corresponda.

Argumentativos	No argumentativos



Comenten en grupo las repuestas y argumenten por qué consideran que son así.

Actividad 7 **La lectura de ojeada en los módulos**

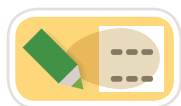
Recuerda que antes de realizar la lectura de un texto deberás:¹

- Establecer un propósito de lectura.
- Analizar qué elementos debes tomar en cuenta.
- Tomar en cuenta lo que sabes del tema.



Con lo que has aprendido hasta el momento, revisa los módulos del eje de Lengua y comunicación.

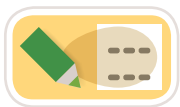
20



Escribe el título de por lo menos tres textos argumentativos.

Módulo	Nombre del texto	Página donde se localiza

¹ Este tema lo puedes consultar en el Cuaderno para el asesor, Curso 1 Apoyo a la comprensión lectora con énfasis en textos narrativos.



Aplicando la lectura de ojeada, escribe si crees que los siguientes textos de los módulos son argumentativos o no.

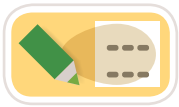
Módulo	Título del texto	
<i>Hablando se entiende la gente</i> , Revista, pp. 50 y 51	Medios	
<i>Para seguir aprendiendo</i> , Antología, pp. 116 y 117	La hora de la autenticidad	
<i>Saber leer</i> , Antología, pp. 13 y 14	El molinero, su hijo y el jumento	
<i>¡Vamos a escribir!</i> , pp. 35 y 36	Simulacro II	
<i>Leer y escribir</i> , Antología, pp. 15-20	Una historia de la vida real	



Comenten sus respuestas entre las personas que están en las sesiones.

Actividad 8 **Lectura de ojeada en la asesoría**

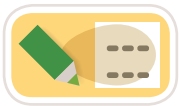
En el Paquete de autoformación *Acércate al eje de Lengua y comunicación*, unidad 2, tema 1, "Preparamos el viaje", se hace referencia a una primera lectura del material.



Escribe las propuestas que te sugieren para hacer la lectura de los módulos.

22

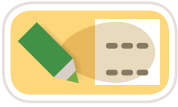
Al igual que en esta parte de la guía, te proponemos que revises los módulos con la intención de localizar los textos argumentativos.



Contesta, ¿cuáles son los módulos en los que se tratan los textos argumentativos?

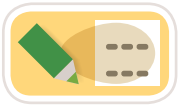


Revisa los libros del adulto de los módulos *Saber leer* y *¡Vamos a escribir!*, y observa en qué unidades se analizan los textos argumentativos.



Escribe la unidad o unidades en donde se abordan los textos argumentativos.

<i>Saber leer</i>	<i>¡Vamos a escribir!</i>



Selecciona alguna de las siguientes actividades para la revisión de textos argumentativos. Escribe cómo la desarrollarías en una sesión de asesoría.

- Llevar y revisar diversos textos argumentativos en los libros que tienen a la mano.
- Explicar con un cuadro las características de los textos argumentativos.
- Leer un texto argumentativo con las personas y revisar los elementos que contiene: tesis, argumentos y conclusiones.

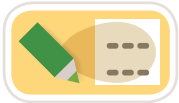
Estrategia: _____

Desarrollo: _____

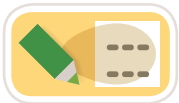


Lleva a cabo esta actividad en las asesorías con las personas.

Actividad 9 **Guía para la aplicación y valoración de estrategias**



Explica las dificultades que encontraste al realizar la actividad.



Explica las acciones que realizaste y que fueron adecuadas.



Intercambia tus experiencias con otros asesores.

Quetzal

cuervos ta unu si upan em wot
candu un asta amou vedupen



Tema 2 La estructura del texto argumentativo, una lectura detallada

Actividad 10 Partir de los conocimientos

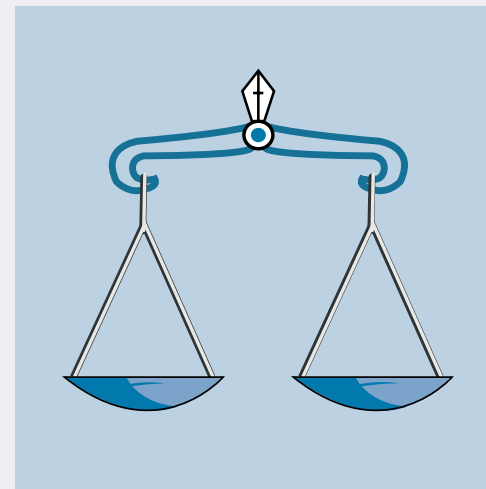


Lee el siguiente texto y marca lo que consideres la hipótesis o el planteamiento del problema, los argumentos y la conclusión.

25

Igualdad de género²

A pesar del masivo ingreso de las mujeres a la fuerza de trabajo, su mayor nivel educacional y el significativo aporte que ellas realizan a la manutención de sus familias y al desarrollo de sus países, aún persisten fuertes patrones de desigualdad de género en el trabajo.



² Organización Internacional del Trabajo (2006). *Igualdad de género*. Disponible en: http://www.oit.org.pe/index.php?option=com_content&view=article&id=770&Itemid=1512, consulta: 5 de julio de 2011.

La discriminación de género atenta contra los principios y derechos fundamentales del trabajo, los derechos humanos y la justicia social. Debilita el crecimiento económico y el óptimo funcionamiento de las empresas y los mercados de trabajo. El objetivo común de la OIT sobre política de igualdad de género busca responder a estos desafíos a través del fortalecimiento de las capacidades de los gobiernos, las organizaciones de empleadores y los sindicatos para emprender acciones por la igualdad de género en el mundo del trabajo.

26

La OIT, desde su creación, tiene como principio fundamental el reconocimiento de que todos

los seres humanos, sin distinción de raza, credo o sexo tienen derecho a perseguir su bienestar material y su desarrollo espiritual en condiciones de libertad y dignidad, de seguridad económica y de igualdad de oportunidades. Esto implica la misión de promover la igualdad de oportunidades y de trato entre mujeres y hombres.

El conocimiento de las trabajadoras acerca de sus derechos es fundamental para un efectivo ejercicio de éstos. La difusión de información acerca de estos derechos —contenidos en las normas internacionales así como en las legislaciones nacionales— es un instrumento clave para mejorar la condición de la mujer en la sociedad.



Selecciona el argumento que se quiere demostrar.

- a) *A pesar del masivo ingreso de las mujeres a la fuerza de trabajo, su mayor nivel educacional y el significativo aporte que ellas realizan a la manutención de sus familias y el desarrollo de sus países.*
- b) *Aún persisten fuertes patrones de desigualdad de género en el trabajo.*
- c) *El conocimiento de las trabajadoras acerca de sus derechos es fundamental para un efectivo ejercicio de éstos.*



Comparte tus respuestas con tus compañeros y revisa si todos coinciden con la delimitación de estos elementos.

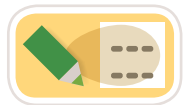
Actividad 11 **Lo primero a leer: hipótesis, problema o planteamiento**

El primer elemento que deberá revisarse en un texto argumentativo es el planteamiento del problema. Esta tesis o planteamiento del problema es el núcleo de la argumentación, de ahí la conveniencia de presentarlo de forma clara y explícita, pues representa el punto de vista, la idea o el problema que expone el productor del texto. Por ejemplo, en el primer texto que se presentó la idea que se desea plantear es:

que todavía persisten fuertes patrones de desigualdad entre los hombres y las mujeres al desempeñarse en el trabajo.



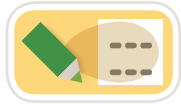
Localiza en la Revista *El poder de la palabra* del módulo *Hablando se entiende la gente*, el texto "¡La ignorancia engorda!"



Escribe la idea que quiere demostrar el autor, para ello, primero copia el texto y después intenta reformularlo con tus propias palabras.



Localiza el texto "La publicidad ayuda a crear enfermedades sociales" en la Revista del módulo *Para seguir aprendiendo*.



Después de leerlo escribe la idea que el autor pretende demostrar.



Lee el siguiente texto y subraya la tesis o el planteamiento que se va a demostrar.

Quetzales, la pareja solidaria³

La hembra quetzal no compite en belleza frente al macho. Él es más atractivo por las largas y ostentosas plumas que luce junto a la cola y la llamativa cresta de su cabeza. Ella carece de ese vistoso plumaje. ¿Quién pensaría que aquel imponente y bello macho es una pareja solidaria y padre preocupado por sus polluelos?

³ Claudia Juárez "Quetzales. La pareja solidaria" en *UNAMirada a la Ciencia*, 255, México, UNAM, 2010, Recuperado el 15 de Julio de 2011 de www.cic-ctic.unam.mx/unamirada

Juntos en el bosque de niebla

Los quetzales únicamente viven en lo alto de las montañas de Chiapas, Oaxaca y los países de Guatemala, Honduras, Nicaragua, El Salvador, Costa Rica y Panamá. Estas aves construyen sus nidos en los bosques de niebla, de los que encontramos ejemplos en la Reserva de la Biosfera de El Triunfo y otros sitios de la sierra chiapaneca.

Los bosques de niebla constituyen un paisaje impresionantemente húmedo, frío y silencioso; casi siempre cubierto de neblina al amanecer y al caer la tarde. Estos lugares nubosos son el hogar de pumas, jaguares, tapires, especies raras de aves, plantas y más seres que tal vez ni siquiera han sido descubiertos, además nos proveen de servicios ambientales irremplazables, como el agua dulce.

Sofía Solórzano, quien desde hace 20 años estudia el comportamiento de los quetzales y la conservación de las zonas verdes donde habitan, nos dice que el ciclo de reproducción del ave quetzal en México ocurre de enero a junio. Comienza con un cortejo, una temporada corta en la que los quetzales se agrupan y emiten sonidos como si estuvieran escuchando un comadreo entre aves. ¡Los machos hacen unos vuelos verticales espectaculares por encima de las copas de los árboles, acompañados con vocalizaciones muy particulares! Sofía piensa que durante el cortejo ocurre la elección de la pareja y que son los bellos machos quienes se exhiben para ser elegidos por las hembras.

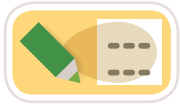
Los científicos han recurrido a la telemetría, que consiste en capturar algunas de estas aves y colocarles radiotransmisores para seguirlos. Los resultados arrojados sugieren una monogamia social en los quetzales, ya que una vez establecida la pareja, permanece junta hasta el nacimiento de los polluelos.

“Durante la reproducción, los machos emiten vocalizaciones en la primera luz del día. Esos sonidos son muy importantes ya que nos indican la presencia del macho cerca del nido, al que cuidarán y defenderán en pareja hasta que salgan los polluelos”, detalla Sofía Solórzano, profesora de la Facultad de Estudios Superiores Iztacala de la UNAM.

El nido consiste en un agujero grande en troncos muertos, prácticamente podridos. Hembra y macho lo construyen juntos; tardan en promedio entre 8 y 10 días. Se acompañan y se van turnando; uno cava mientras el otro vocaliza; toman descansos juntos, se van a comer juntos, regresan y siguen haciendo nido: “Ya que lo terminan, un par de días después vemos la conducta típica de la incubación de los huevos: establecen turnos, de entre dos y tres horas cada uno; la hembra duerme en el nido, al que entra con la última luz de la tarde. Al otro día temprano será relevada por el macho; éste sale a comer cuando ella regresa, horas más tarde él la sustituye nuevamente mientras ella come. Así se comportan durante los 18 días de cuidados de los huevos.”

Al nacer los polluelos, que serán uno o dos máximo por nido, se mantiene la ayuda mutua entre la pareja; durante las primeras dos semanas, la hembra y el macho se turnan para alimentar y calentar a los recién nacidos. A partir del brote de plumas, los períodos paternos dentro del nido disminuyen, no así las visitas para alimentar a los hambrientos bebés, quienes ganan 5 veces su peso en tan sólo 21 días. Cumplido este plazo, los pequeños quetzales dejan el nido.

¿Qué hacen los padres cuando los polluelos abandonan el nido? Lo que ha visto Sofía es que las madres se iban a visitar otros bosques (lo que los científicos llaman migración altitudinal de los quetzales), mientras que los papás permanecían en el bosque de niebla, al parecer cuidando a sus pequeños.



Localiza la tesis o el planteamiento del problema del texto anterior y escríbela. Recuerda que deberás revisar qué quiere demostrar el autor.



Compara con otros asesores tu respuesta.

Actividad 12 **Lectura detallada de los argumentos**

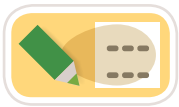
Todo texto argumentativo debe contar, además, con una serie de razonamientos enlazados con los que se sostiene la idea principal.

Por ejemplo, en el texto de los quetzales, el autor intenta probar con la siguiente argumentación que los quetzales son una pareja solidaria:

El nido consiste en un agujero grande en troncos muertos, prácticamente podridos. Hembra y macho lo construyen juntos; tardan en promedio entre 8 y 10 días. Se acompañan y se van turnando; uno cava mientras el otro vocaliza; toman descansos juntos, se van a comer juntos, regresan y siguen haciendo nido. “Ya que lo terminan, un par de días después vemos la conducta típica de la incubación de los huevos: establecen turnos, de entre dos y tres horas cada uno; la hembra duerme en el nido, al que entra con la última luz de la tarde. Al otro día tem-

prano será relevada por el macho; éste sale a comer cuando ella regresa, horas más tarde él la sustituye nuevamente mientras ella come. Así se comportan durante los 18 días de cuidados de los huevos.”

“Al nacer los polluelos, que serán uno o dos máximo por nido, se mantiene la ayuda mutua entre la pareja; durante las primeras dos semanas, la hembra y el macho se turnan para alimentar y calentar a los recién nacidos. A partir del brote de plumas, los períodos paternos dentro del nido disminuyen, no así las visitas para alimentar a los hambrientos bebés, quienes ganan 5 veces su peso en tan sólo 21 días.”

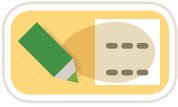


Escribe dos argumentos que sostienen la siguiente tesis del primer texto:

... todavía persisten fuertes patrones de desigualdad entre los hombres y las mujeres al desempeñarse en el trabajo.

Argumento 1

Argumento 2



Escribe dos razonamientos que respondan el problema:

¿Cuál crees que es la mejor forma de bajar de peso? ¿Por qué crees que la ignorancia engorde? ¿Cuál es la razón de preferir los productos "mágicos"?

Argumento 1

Argumento 2

Actividad 13 **Para localizar los argumentos**

En los textos que estamos trabajando podemos apreciar diferentes puntos de vista que proponen nuevas formas de ver las cosas usando ejemplos, comparaciones, contrastes y relaciones de causalidad.

En la segunda fase revisaremos los argumentos que se exponen, en los cuales se explican las razones de la tesis, estos pueden ser de la siguiente manera:

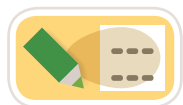
Recuerda que en el texto argumentativo la información se presenta de diversas maneras:

Tipo de argumento	Busca demostrar	Palabras que emplea
Ejemplificación	Demostración, ilustración o autorización de algo mediante ejemplos.	Por ejemplo... Observen... Ésta es una muestra... Como se demuestra...
Comparación o contraste	Examen de objetos, con el fin de poner atención en los atributos que los hacen similares o diferentes.	pero no obstante por contraste más bien a pesar de eso por otra parte por el contrario al mismo tiempo
Reformulación	Proceso discursivo que permite el avance de la información en un texto mediante repeticiones, reconsideraciones de lo dicho anteriormente y retrocesos en los que se retoma total o parcialmente lo antes expresado.	Reconsiderando Tomando en cuenta

Tipo de argumento	Busca demostrar	Palabras que emplea
Causalidad	Condición o evento (causa) que hace que algo suceda; resultado (efecto) o logro creado o producido por la condición o evento previo.	porque... ya que... dado que... visto que... puesto que...
Concesión	Concesión es ceder en algún aspecto del argumento propio en beneficio del otro, pero condicionando esta aceptación.	Estoy de acuerdo, aunque... nos gustaría, pero... coincidimos contigo en que... pero Aunque estemos de acuerdo, me gustaría...
Analogía	Similitudes lingüísticas entre dos o más situaciones, al tiempo que simultáneamente se discierne que existen diferencias en la relación (<i>a</i> es a <i>b</i> como <i>c</i> es a <i>d</i>).	Así como entre ____ y ____



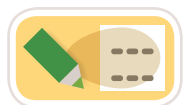
Localiza en la Revista *El poder de la palabra* del módulo *Hablando se entiende la gente* el texto "¡La ignorancia engorda!", y subraya los argumentos. Localiza los argumentos que se muestran en los siguientes módulos y revisa de qué tipo son.



Escribe qué tipo de argumento se presentó.



Localiza el texto "La publicidad ayuda a crear enfermedades sociales" en la Revista del módulo *Para seguir aprendiendo* y localiza los argumentos.

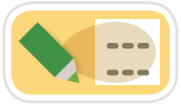


Escribe qué tipo de argumento se presentó.

Actividad 14 **Lectura de la conclusión**

Uno de los elementos que se deben revisar dentro de un texto argumentativo es la *conclusión*, la cual confirma los argumentos que se expusieron.

Argumento 1	La discriminación de género atenta contra los principios y derechos fundamentales del trabajo, los derechos humanos y la justicia social.
Argumento 2	Debilita el crecimiento económico y el óptimo funcionamiento de las empresas y los mercados de trabajo.
Argumento 3	El conocimiento de las trabajadoras acerca de sus derechos es fundamental para un efectivo ejercicio de éstos.
Conclusión	La difusión de información acerca de estos derechos –contenidos en las normas internacionales así como en las legislaciones nacionales— es un instrumento clave para mejorar la condición de la mujer en la sociedad.



Escribe la conclusión y los argumentos que la afirman del texto "La ignorancia engorda", en la Revista del módulo *Hablando se entiende la gente*, 3ª. edición.

Argumento 1	
Argumento 2	
Argumento 3	
Conclusión	

La revisión de estos elementos en su conjunto es básica para la lectura de estos textos. Al leer o escuchar los textos argumentativos, se debe revisar si lo que nos presentan cumple su objetivo, que es modificar nuestra opinión, o bien, nos hace emprender otras acciones.



¡Recuerda!

Estructura argumentativa

Introducción



Breve exposición en la que el argumentador entrega antecedentes del tema a tratar e intenta captar la atención del destinatario.

Tesis



Postura o idea que se defiende con el fin de convencer o persuadir al destinatario.

Cuerpo argumentativo



Argumentos

Razonamientos empleados para convencer al destinatario o para demostrar la tesis.



Contraargumento

Postura propia de los detractores de la tesis que debe ser refutada por el argumentador.

Conclusión



Breve recapitulación de lo expuesto o resolución a la que se ha llegado tras el estudio o análisis de la tesis.



Comenta con otros asesores y el formador las dudas o dificultades que tienes acerca de la estructura argumentativa.

Actividad 15 Tipos de oraciones en los textos argumentativos

En un texto argumentativo se utiliza una diversidad de oraciones, en este caso revisaremos las oraciones subordinadas causativa.

Recuerda que las oraciones subordinadas dependen de la oración principal. Las oraciones subordinadas causativas pueden ser condicionales, concesivas, causales y finales.

Observa los siguientes ejemplos:

Si me amaras

lo dirías al mundo.

Oración subordinada

Oración principal

40

Subordinada condicional es aquella oración que expresa la condición para que se realice el hecho referido en la oración principal. Se construye generalmente con la conjunción *si*.

Te amaría

si estuvieras más joven.

Oración principal

Oración subordinada condicional

Subordinada concesiva es la oración en la que figura una dificultad que aparentemente se opone al hecho de la oración principal, pero que no impide su realización. Se construye con las conjunciones *aunque*, *pero*, *sino*, *si bien*, *antes bien*, *mal que*, etcétera.

Te amo,

aunque no me gusta tu carácter.

Oración principal

Oración subordinada concesiva

Subordinada causal (real o hipotética) es la oración en la que se indican las causas reales o hipotéticas de lo que se afirma en la primera oración, y utiliza expresiones como *porque, puesto que, ya que...*

Te amo	porque me apoyas en todo momento.
Oración principal	Oración subordinada causal

La oración **Subordinada final** expresa una finalidad y utiliza frases como *a fin de que..., para que..., a efecto de..., con la finalidad de...*

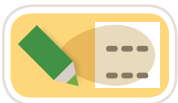
Te lo dije	para que te enteraras.
Oración principal	Oración subordinada final



Lee las siguientes oraciones y escribe qué tipo de oración es, considerando la información anterior.

41

Los resultados arrojados sugieren una monogamia social en los quetzales, **ya que** una vez establecida la pareja, permanece junta hasta el nacimiento de los polluelos.



Es una oración _____

Cada día se consumen enormes cantidades de productos que son presentados a la sociedad a través de diferentes medios, **con la finalidad de que** los consumidores utilicemos parte de nuestro salario en adquirirlos.



Es una oración _____

¡Recuerda!

En los textos argumentativos se presentarán de forma predominante las oraciones subordinadas, en las cuales las conjunciones como *pero, si, aunque, porque...*, etcétera, indican una función e intención diferente.

Actividad 16 **Los nexos nos permiten identificar textos argumentativos**

Recuerda que los conectores verbales son una palabra o un conjunto de palabras que relacionan las partes de un mensaje y establecen una relación lógica entre ellas.

En la lectura, los conectores son de gran utilidad, pues con ellos puedes identificar el tipo de argumento que se utiliza en el texto. Revisa los siguientes ejemplos:

42

Ejemplo 1:

Cuando la televisión presenta valores y modelos de comportamiento que no son consecuentes con los valores que los padres presentan a sus niños, **no hay razón** para creer que la influencia de la televisión sea fundamental.

Tipo de conector usado: Negación

Ejemplo 2:

hay razón para creer que las actitudes y creencias de los niños pueden ser conformadas por lo que ven en la televisión...

Tipo de conector usado: Causa

Ejemplo 3:

Aunque la televisión es un elemento relativamente nuevo en este ambiente, ya está produciendo su parte de la influencia que conforma los pensamientos y acciones de los niños.
Supongo que esto significa que los ciudadanos informados deben ocuparse de la televisión, tomar cierta responsabilidad por ella y aplicar normas de evaluación a la misma...

Tipo de conectores usados: Concesión e implicación personal

Conectores para la argumentación⁴

Ysabel Gracida

Contraste (para contraponer, matizar o argumentar en contra)		Concesión (para admitir algo)	Causa	
Pero no obstante por contraste más bien a pesar de eso por otra parte por el contrario al mismo tiempo	en contra de lo anterior sin embargo, a pesar de lo dicho en contraposición hay que tener en cuenta que aun así aun con todo en oposición	sin duda seguramente con seguridad naturalmente por supuesto que cierto que admito que reconozco que admitiendo aunque	Porque ya que dado que visto que puesto que como considerando que a causa de	gracias a que a fuerza de teniendo en cuenta que por razón de por culpa de con motivo de por la evidente razón de que

⁴ Ysabel Gracida Juárez, Austra Bertha Galindo Hernández y Guadalupe Teodora Martínez Montes (coords.). *Conectores para la argumentación*, 2ª ed., México, Édere, 2007, pp. 117-119.

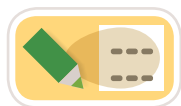
Consecuencia		Condición	Oposición
en consecuencia si a consecuencia de por tanto de modo que por esto por consiguiente por lo cual consiguientemente	pues razón por la cual conque de ahí que así pues en resumidas cuentas en definitiva así que	a condición de que siempre que con sólo que siempre y cuando si en caso de que con tal de que suponiendo que	en cambio ahora bien antes bien con todo sin embargo por el contrario de todas maneras no obstante

Implicación personal	Duda	Objeción
según mi opinión desde mi punto de vista a mi parecer a mi entender me parece que para mí personalmente creo que personalmente personalmente pienso que muchos creemos que es posible que	es posible que parece que no me atrevería a decir que parece puede ser probablemente no veo claro que es probable que parece arriesgado decir dudo que es difícil creer que	aunque a pesar de que si bien aun (+gerundio) por más que con todo

Tematización	Conclusión	Conceder para negar
<p>en cuanto a por lo que se refiere a en lo que concierne a a propósito de por lo que respecta a en la misma línea abundando en la opinión</p>	<p>por tanto la mejor solución parece que es en definitiva es por esto por lo que así pues finalmente entonces</p>	<p>si bien es cierto que ...en cambio efectivamente... pero podría ser... pero puede ser cierto... pero de acuerdo que... pero</p>

Afirmación/negación rotunda	Negociar y hacer concesiones
<p>seguro que es evidente que sin duda es imposible que todos sabemos es incuestionable indudablemente es totalmente falso que es indiscutible que se equivoca quien dice por la evidente razón de que es absolutamente necesario</p>	<p>si estuvieras de acuerdo nos gustaría que, si ustedes lo permitieran nos gustaría recordarles me gustaría que comprendieras que coincidimos contigo en que... pero déjame explicarme le aseguramos que valora tú mismo la situación si estuvieras en mi lugar, entenderías no puedes mantenerte en esa actitud, ya que</p>

Los conectores pueden ser palabras, oraciones o conjuntos de oraciones que se utilizan lo mismo en oraciones breves que en oraciones complejas.



Localiza en los textos el uso de un conector y explica la forma en que se está usando.

Localizar estos conectores en la lectura te permitirán realizarla de una manera más rápida.

46

Actividad 17 **Práctica de la lectura detallada y la localización de elementos clave**

Hasta ahora hemos visto que los textos argumentativos tienen como intención convencernos de comprar, de cambiar de opinión respecto de un tema, de cambiar de actitud, de emprender o de abandonar alguna acción. Para lograr este objetivo presenta tres elementos fundamentales: una *hipótesis* o planteamiento de un problema, los *argumentos* y las *conclusiones*.

Cuando se hace la lectura de los textos argumentativos, es pertinente distinguir entre la opinión

o tema sobre el que se construye la hipótesis y el punto de vista o la posición de interpretación del productor del texto. Ambas situaciones se encuentran inscritas en el planteamiento. Por ejemplo, en el siguiente título que dice: "La crítica economía de América Latina". Este título habla, por supuesto, de la economía latinoamericana, pero presupone también que se encuentra en situación de peligro. Es posible que exista otro punto de vista que considere que la economía latinoamericana se encuentra en mejor posición

que la economía europea y que su condición, por ende, no es crítica. Esta distinción nos permite interpretar, inferir la posición del productor del texto.

Para localizar estos dos elementos realizaremos dos actividades de lectura: la primera será una lectura selectiva y la segunda una lectura detallada.



¡Recuerda!

La lectura selectiva

Debes contar con un propósito de lectura, o bien, una pregunta por resolver; con estos elementos, revisa sólo aquellas partes que resuelvan tu duda en lugar de leer completo el texto, o bien, sólo aquellas que te permitan localizar la información del texto revisado.



Lee el siguiente texto seleccionando la tesis, los argumentos y la conclusión; para distinguirlos usa diferentes colores. No se trata de leerlo por completo, sólo de localizar los elementos antes mencionados.

Cómo saber si una oferta es realmente una ganga⁵

¿Las ofertas son realmente ofertas?

Muchas veces, por el simple hecho de que un artículo está en oferta lo compramos sin siquiera necesitarlo, pero aún peor que eso es comprar un producto que supuestamente está en rebaja y luego darnos cuenta de que en otro establecimiento, sin estar rebajado, está todavía más barato que en donde lo adquirimos. No dejes que te engañen y sigue estos tips para estar

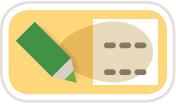
5 Natalia, "Cómo saber si una oferta es realmente una ganga", Blog del consumidor, recuperado en <http://revistadelconsumidor.gob.mx/?p=17172>

seguro de que una oferta realmente cumple con las características para llevar ese nombre que tanto nos tienta:

- En ocasiones, elevan el precio de un producto antes de ponerlo en “oferta”, y a partir de esa cantidad lo rebajan, lo que significa que te están mintiendo en el verdadero porcentaje de descuento. La única solución es comparar precios.
- Si ves algo parecido a esto impreso en el empaque de un producto: "¡Antes 99.99, ahora a tan sólo 69.99!", significa que está hecho así desde la fábrica y no es realmente una oferta que te ofrece el establecimiento.
- Si el producto sí tiene un buen descuento, pero lo venden hasta el otro lado de la ciudad, es posible que a fin de cuentas no te convenga la rebaja.
- En los casos como “en la compra de uno, el segundo te saldrá 50% más barato”, no seas impulsivo y piensa si realmente necesitas el segundo, o si mejor te conviene ahorrarte ese dinero.
- Pregunta por las políticas de devolución; muchas veces en artículos con rebaja ni siquiera se aceptan cambios. En caso de ser así, exige que te dejen abrir el empaque para revisar que no esté dañado el producto.
- No te dejes cautivar por las compras en internet, en donde te regalan el envío al gastar más de cierta cantidad. A veces sale más barato pagar el envío que lo que te gastarías en otro artículo.

Recuerda que debes comparar precios, ya no tienes que ir personalmente a los establecimientos para hacerlo, con internet y llamando por teléfono es suficiente para enterarte de si la oferta es conveniente o no para tu bolsillo.

Luego de una lectura selectiva, realiza una lectura detallada del texto; en ella determina qué busca el texto: ¿convencerte? ¿Un cambio de actitud?

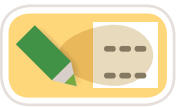


Escribe cuál es el propósito del texto.

Escribe qué te presenta el texto para lograr su propósito (te da información, te brinda una opinión, etcétera):

Actividad 18 **La lectura detallada en la asesoría**

En el Paquete de autoformación *Acércate al Eje de Lengua y comunicación*, unidad II, tema 2, "¡Listos para partir!", se hace referencia a una segunda lectura del material.



Escribe las propuestas que te hacen para realizar la lectura de los módulos.



Te proponemos que revises los módulos con la intención de localizar los textos argumentativos.

Una pauta adecuada en la revisión de los elementos de los textos argumentativos es analizar con detenimiento lo que se lee y establecer relaciones con los conocimientos que poseemos.

¡Recuerda!

Al leer los textos argumentativos se debe:

- Reconocer la idea central (tesis) y sus argumentos.
- Hacer una conexión de las ideas revisando de qué tipo de texto se trata: concesión, demostración, etcétera.
- Corroborar si la información proporcionada en realidad coincide con el propósito del texto.

Para realizar actividades utilizando textos argumentativos con las personas jóvenes y adultas, puedes intentar algunas de las siguientes posibilidades:

- Leer con las personas un texto argumentativo y revisar cada uno de los elementos, tesis o problema, argumentos y conclusión, y el tipo de relaciones que se establecen.
- Hacer un mapa conceptual con la información de un texto argumentativo.
- Localizar textos argumentativos y revisar los elementos que se analizaron.



Desarrolla una de las actividades anteriores y escríbela en el siguiente espacio.

Actividad 19 **Aplicación y valoración de estrategias**

Asiste a tu Círculo de estudio, prueba la actividad que planeaste y revisa cómo funcionaron cada una de las actividades que realizaste.

Para determinar si la estrategia que llevaste a cabo dio los resultados esperados, puedes utilizar mapas conceptuales incompletos y pedir que las personas los completen, ello te permitirá revisar los aprendizajes que obtuvieron a lo largo de la actividad.



Presenta tus resultados al grupo y evalúa los alcances de acuerdo con las evaluaciones que realizaste.



Anota las consideraciones que tienes respecto al tema.



Tema 3 Tipos de argumentos y sus usos: conocer, identificar y comprender

Actividad 20 Partir de los conocimientos

Al observar los textos argumentativos en nuestra vida cotidiana, podremos ver que para lograr este fin se usan diferentes demostraciones. Por ejemplo, en los comerciales de productos como aparatos para hacer abdominales, se presentan argumentos similares a éstos:

- Personas que han bajado de peso usando el aparato.
- Bloques de grasa congelada; se hace una analogía con la grasa corporal de las personas que presentan sobrepeso.
- Aparecen un “especialista en deporte” un médico, que presentan ejemplos de personas que comen mucho, y aun así, bajan de peso.

Estos argumentos son presentados como “evidencia” de una supuesta eficacia del producto. ¿Cómo interpretar estos comerciales? ¿Cómo distinguir si los argumentos que se presentan son verdaderos o falsos?

Cada uno de los argumentos presentados en las secciones de los comerciales debe ser analizado de una forma crítica. Ahora revisaremos qué tipo de argumentos se manejan y cómo analizarlos de forma crítica.



Observa un comercial en el que se venda un producto mediante diversos tipos de argumentos o pruebas con las cuales se pretenda convencer a las personas. Escribe el tipo de pruebas que presenta.

Producto: _____

Prueba o argumento 1:

Prueba o argumento 2:

Prueba o argumento 3:

¿Te convencieron con esos argumentos?

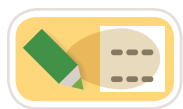
SÍ NO

¿Por qué?

Actividad 21 **Lectura de argumentos con ejemplos**

Al revisar los textos argumentativos de cualquier tipo, podremos ver que se presentan ejemplos de lo que se pretende convencer al interlocutor. Los ejemplos intentan ser verosímiles para la población a la que se habla, contener más información y de ser posible presentar un contraejemplo.

No	SÍ
Mi madrina murió de cáncer por fumar.	El 20% de la población fumadora muere por cáncer de pulmón. Cuando se presenta un argumento que se sustenta mediante ejemplos, debemos verificar que éstos sean realmente representativo de lo que se quiere demostrar.



Revisa un comercial de televisión en el que vendan un producto y compara con los ejemplos que se presentan.

Producto que venden:

¿Consideras que los ejemplos son representativos de la población mexicana?

SÍ NO

¿Por qué?

Para que un argumento con ejemplo sea efectivo, debe:

- Contener un caso similar.
- Los ejemplos deben ser representativos de la población a la que se dirigen.
- Un solo ejemplo puede no ser representativo.



Revisa nuevamente los ejemplos del comercial y analiza si cumplen con ese criterio.



Comparte tus respuestas con el resto de los asesores.

Actividad 22 **Lectura de argumentos por analogía**

Los textos en forma de analogía muestran un ejemplo que representa lo que se quiere probar. En un argumento por analogía se presenta un enunciado en el que se establece una relación con algo que se le asemeja.

Por ejemplo, Sherlock Holmes le dice a Watson:

...El detectivismo es, o debería ser, una ciencia exacta, y hay que ocuparse de ella con la frialdad y ausencia de emociones con que se tratan las ciencias exactas; usted ha intentado darle un tinte de romanticismo, lo que equivale a mezclar una historia de amor o una fuga de enamorados con la quinta proposición de Euclides.

56

Aquí el personaje de Sherlock Holmes hace una analogía del detectivismo con una ciencia exacta.

En el siguiente texto se presenta una analogía; léelo y escribe la analogía que se plantea.



Lee el siguiente texto y observa cuáles son las “piedras” a las que se refiere la autora.

Historias de vida. La mujer en la medicina⁶

En nuestro país una mujer tuvo un difícil camino por la medicina. Fue Matilde Montoya, reconocida como la primera mexicana graduada de la Escuela de Medicina de México.

Matilde nació en la ciudad de México el 14 de mayo de 1859. Primero se inscribió en la carrera de Obstetricia y Partera, de la Escuela Nacional de Medicina, pero por problemas económicos tuvo que dejarla y en 1875 siguió en la Escuela de Parteras y Obstetras de la Casa de Maternidad, que atendía a las madres solteras.

Recibió el título de partera en 1877 y comenzó a hacer algunas prácticas como auxiliar de cirugía para conocer más de anatomía; al mismo tiempo tomó clases en escuelas particulares para mujeres a fin de completar sus estudios de bachillerato.

Sirvió en Puebla durante algunos meses y se inscribió en la Escuela de Medicina de esa ciudad, pero las difamaciones —la llamaban "impúdica y peligrosa mujer que pretende convertirse en médica"— la orillaron a desistir, por lo que pasó una temporada en Veracruz.

"En poco tiempo llegó a tener tal clientela que la competencia hizo circular toda clase de rumores: acusaron a la muchacha de liberal, masona y protestante. Las calumnias resultaron más que suficientes para que pocos se atrevieran a solicitar sus servicios."

⁶ Matilde Petra Montoya Lafragua (1859-1938), "Historias de vida. La mujer en la medicina", Revisado el 20 de mayo de 2016 en <http://www.elsevier.es/en-revista-medicina-universitaria-304-articulo-historias-vida-la-mujer-medicina-13150470> Vol. 12. Núm. 46. Enero - Marzo 2010

Viajó de nuevo a México y fue aceptada en la Escuela Nacional de Medicina a los 23 años, en 1882. Esta vez sus opositores argumentaron: "debía ser perversa la mujer que quiere estudiar Medicina, para ver cadáveres de hombres desnudos", pero también recibió el apoyo de varios compañeros, a quienes se les apodó Los Montoyos.

"Las damas se escandalizaban ante la idea de que Matilde hiciera sus prácticas de anatomía en compañía de sus condiscípulos varones (...) sin embargo la pudorosa joven realizaba prácticas en cadáveres decorosamente cubiertos, y lo hacía a solas, jamás en compañía de sus compañeros.⁷

Lograron expulsarla bajo el argumento de que no había acreditado algunas materias de bachillerato. La solicitud de revalidar las materias latín, raíces griegas, matemáticas, francés y geografía en la Escuela de San Ildefonso por las tardes también fue denegada porque el reglamento decía "alumnos" no "alumnas".

Decidida, escribió una carta al presidente de la República, general Porfirio Díaz, quien dio instrucciones a Joaquín Baranda, ministro de Instrucción Pública, para que "sugiriera" al director de San Ildefonso dar facilidades a la señorita Montoya.

Al terminar sus estudios solicitó presentar su examen profesional, pero fue rechazada una vez más por ser "alumna". De nuevo recurrió al presidente Díaz, quien emitió un decreto el 24 de agosto de 1887 por el que modificó el estatuto de la Escuela Nacional de Medicina para que pudieran graduarse mujeres médicas. Sus detractores señalaron que Montoya se había titulado por "decreto presidencial".

⁷ Flores Rangel JJ; *Historia de México 2*. México: Thomson Learning, 2004, pp. 34-36.

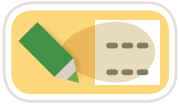
Se le asignó el jurado más exigente y sólo gracias a la presencia del presidente para su examen se dispuso, a última hora, el Salón Solemne de Exámenes Profesionales. Contestó correctamente todas las preguntas, presentó su tesis "Técnica de laboratorio en algunas investigaciones clínicas", al día siguiente realizó su examen práctico en el Hospital de San Andrés y ejecutó en el anfiteatro las disecciones que le pidieron; se le aprobó por unanimidad.

"A mediados de 1887 los diarios de la ciudad de México dedicaron un gran espacio a una noticia sensacional: la señorita Matilde Montoya había presentado su examen y obtenido el título de doctor en medicina. 'La señorita Montoya es la primera damita mexicana que ha concluido una carrera científica', escribió un cronista. En su época, Matilde Montoya dividió a la opinión mexicana en montoyistas y antimontoyistas quienes afirmaban que la mujer debe concretarse a realizar las labores del hogar, y quienes opinaban lo contrario. Sus enemigos la calificaban de inmoral y sus partidarios de heroína."

Matilde Montoya trabajó en su consulta particular hasta una edad avanzada. Siempre tuvo dos consultorios.

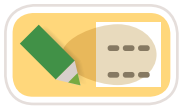
En 1925, junto con la doctora Aurora Uribe, fundó la Asociación de Médicas Mexicanas. A los 50 años de haberse graduado, en agosto de 1937, tres asociaciones de médicas mexicanas le ofrecieron un homenaje en el Palacio de Bellas Artes. Murió cinco meses después, el 26 de enero de 1938, a los 79 años.

En el jardín José Martí, frente al Centro Médico Siglo XXI de la ciudad de México, se puede encontrar un busto en bronce que reconoce su tenacidad ante los obstáculos que las instituciones y la sociedad intentaron ponerle.



Escribe tres de las “piedras” a las que se enfrentó Matilde Montoya.

1. _____
2. _____
3. _____

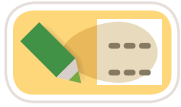


¿Consideras que efectivamente éstas son piedras para la carrera profesional de una persona? ¿Por qué?

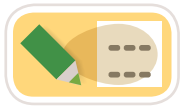
¡Recuerda!

Para que un argumento por analogía sea efectivo, debe:

- Contener un ejemplo similar y que sea relevante.
- Comprobar que la premisa sea verdadera.



¿Consideras que el artículo demuestra la analogía que quiere comprobar?



Revisa nuevamente uno de los comerciales que ya viste, o algún otro, y escribe la analogía que se presenta.

Producto:

Analogía que se presenta:

La demostración de la analogía se hace:

La analogía fue relevante: Sí No

¿Se comprobó lo que se quería demostrar? Sí No

¿Por qué?

Actividad 23 **Lectura de argumentos de autoridad**

62

En los textos argumentativos es necesario brindar pruebas avaladas por personas o instituciones expertas que se dediquen al trabajo de estos temas. Por ejemplo, el fabricante de un medicamento puede decir que su producto es altamente eficaz, pero si la Secretaría de Salud emite un comunicado en donde menciona que es nocivo para la salud, ¿a quién se le debe creer? Pues a la institución que tenga más autoridad sobre el tema, que en este caso sería la Secretaría de Salud.

Otro ejemplo: la Secretaría de la Defensa Nacional menciona que no ha utilizado la tortura, pero un visitador de Derechos humanos y Amnistía Internacional hicieron una revisión y detectaron elementos que comprueban que sí se recurrió a la tortura. El argumento de peso lo tienen las instituciones especialistas en el tema, que en este caso serían Derechos humanos y Amnistía Internacional.

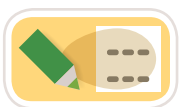
No por provenir de una institución reconocida o grande o de un actor o actriz "famoso", el argumento es necesariamente mejor. Se debe comprobar que la institución o personas sean verdaderamente especialistas en el tema y que no obtengan ningún beneficio por la información o dictamen que emitan.

En diversos comerciales aparece algún actor o actriz recomendando un producto; esta persona puede ser talentosa en su área, pero eso no la certifica como una especialista en salud; en esos casos, las instituciones autorizadas para opinar en temas relacionados con la salud son la Secretaría de Salud, Organización Mundial de la Salud, o bien, organismos similares reconocidos nacional o internacionalmente.

Recuerda que en muchas ocasiones los productos de consumo no siempre son probados adecuadamente, y pueden existir ciertos intereses que promuevan su venta. También puede ser que ciertas instituciones tengan algunos prejuicios sobre el tema; por ello se debe revisar si las fuentes tienen o no interés en dicha promoción.

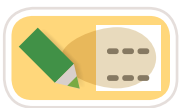
- Las fuentes deben ser citadas.
- Las fuentes tienen que ser cualificadas para emitir las afirmaciones que realizan.
- Las fuentes deben ser imparciales.
- Los ataques personales no son válidos para descalificar a las fuentes.

Cuando leas o escribas, busca que estos elementos se cumplan.



Completa la siguiente tabla con la información de la fuente del texto de Matilde Montoya.

	SÍ	NO	
¿Se cita la fuente?			Fuente:
¿La fuente es imparcial?			¿Por qué?
¿La fuente es calificada?			¿Por qué?



Completa el siguiente cuadro con la información de un comercial que veas en televisión y en donde se presentan argumentos de autoridad.

	SÍ	NO	
¿Se cita la fuente?			Fuente:
¿La fuente es imparcial?			¿Por qué?
¿La fuente es calificada?			¿Por qué?

Actividad 24 **Lectura de argumentos acerca de las causas**

En algunos textos argumentativos podemos ver, entremezclados, algunos argumentos que buscan demostrar causas. Si un autor utiliza estos argumentos, se establece una relación entre la causa y la consecuencia, lo que fortalece la argumentación.

Para hacer la lectura de un texto en el que se presentan causas, debes revisar que:

- Se presenten correlaciones entre las acciones.
- Se muestren estudios comparativos.
- Sea probable la causa que se plantea.



Lee el texto "La carta robada" que aparece en la Antología *Vidas cruzadas, misterio, suspenso y algo más...*, del módulo *Para seguir aprendiendo*. Pon mucha atención durante la lectura para que descubras las causas del suceso y los argumentos con los que se explica la resolución del caso.



Escribe las causas de la historia y los argumentos.

Actividad 25 **Lectura de argumentos deductivos**

Los argumentos deductivos son aquellos en los cuales la verdad de sus premisas garantiza la verdad de sus conclusiones.

Observa los siguientes ejemplos:

México ha descuidado su sector turístico, por lo tanto, ha perdido su lugar de competitividad turística...

Lee el siguiente argumento de Holmes en la novela *El signo de los cuatro*, escrita por Arthur Conan Doyle.

—Usted no quiere aplicar mis preceptos —me observó Sherlock—. ¿Cuántas veces le he dicho que una vez eliminado lo imposible, lo que queda debe ser la verdad, por improbable que parezca? Sabemos que no ha podido venir por la ventana, ni por la puerta, ni por la chimenea. Sabemos también que no ha podido estar oculto en el cuarto, pues aquí no hay dónde esconderse. ¿Por dónde penetró, entonces?
—¡Por el agujero del techo! —exclamé.

¿Cómo se pueden apreciar las evidencias en un texto argumentativo? Para la lectura de los argumentos en los que se utiliza la deducción debemos tomar en cuenta que:

- Los argumentos deductivos ofrecen certeza cuando las relaciones de causalidad (dato-consecuencia) están fundamentadas en un conocimiento de dominio común. Por ejemplo: “Si la leche es poca, al niño le toca.” En este caso, el argumento implica que el conocimiento común es que el niño necesita para su desarrollo beber más leche que los adultos. Con fundamento en este lugar común, el argumento puede ser válido para un mayor número de personas y, en consecuencia, tiene efectos más productivos.
- Para discrepar de la conclusión, se tiene que discrepar de al menos una de las premisas. Sin embargo, todo argumento debe poder ser refutable.

Cuando es posible encontrar premisas fuertes, los argumentos deductivos son muy útiles.



Lee los argumentos planteados por el detective Poirot en el cuento *Nido de avispas*, de Agatha Christie.

John Harrison salió de la casa y se quedó un momento en la terraza de cara al jardín, y vio que llegaba el detective Poirot; asombrado, le pregunta el porqué de su visita, a lo que éste contesta que va a evitar el asesinato del mismo John Harrison, alegando que lo está planeando el joven Langton, que más tarde iría a destruir un panal de avispas.

Sus argumentos fueron:

[...] Estuve en la farmacia de Bachester esta tarde, y mi compra exigió que firmase en el libro de venenos. La última venta era cianuro de potasio, adquirido por Claude Langton [...]

[...] La señorita Molly Deane antes estuvo prometida a Claude Langton, a quien dejó por usted. Harrison asintió con la cabeza [...]

Existe duda en cuanto a que Langton haya olvidado o perdonado [...]

[...] no le conté lo que siguió inmediatamente después. Lo encontré al salir a la calle y me explicó que había comprado cianuro de potasio a petición de usted para destruir el nido de avispas. Eso me pareció algo raro, amigo mío, pues recuerdo que en aquella cena a que hice referencia antes, usted expuso su punto de vista sobre el mayor mérito de la gasolina para estas cosas, y denunció el empleo de cianuro como peligroso e innecesario [...]

[...] comprendí que los malos entendidos habían acabado entre la pareja y que la señorita Deane volvía a su antiguo amor [...]

[...] Por pura casualidad vi el nombre de Langton en el libro de registro de venenos. Lo demás ya lo sabe. Usted me negó que Langton fuera a emplear el cianuro, e incluso se mostró sorprendido de que lo hubiera adquirido. Mi visita no le fue particularmente grata al principio, si bien muy pronto la halló conveniente y alentó mis sospechas. Langton me dijo que vendría a las ocho y media. Usted que a las nueve. Sin duda pensó que a esa hora me encontraría con el hecho consumado.

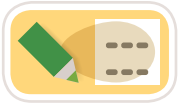
[...] Él compra el veneno, viene a verlo y los dos permanecen solos [...]

Como ves, en este texto el detective ofrece una serie de argumentos deductivos con los cuales él sostiene que su amigo iba ser envenenado, y ofrece pruebas de ello.

Es importante destacar que no importa qué tipo de argumentos se presenten dentro del texto. Lo importante es que todos deben corresponder al problema o hipótesis a resolver.



Disfruta de la lectura de alguno de los textos de suspenso o policíacos de Agatha Christie, de Arthur Conan Doyle o de José Emilio Pacheco. ¡Consúltalas en las antologías de los módulos!



Escribe de qué trata el texto y anota algunos de sus argumentos por deducciones.

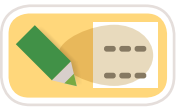
Actividad 26 **Lectura crítica de los textos**

La lectura crítica o valorativa de los textos implica revisar que los elementos que se ofrecen dentro del texto efectivamente resuelven la interrogante, confirman o desmienten el problema.

Al realizar la lectura crítica o valorativa del texto, recuerda revisar que los argumentos deben ofrecer pruebas o evidencias convincentes.

Para realizar esta actividad deberás localizar tres textos argumentativos; puede ser alguno de los siguientes:

- Un comercial de televisión extenso.
- Una cajetilla de cigarros.
- El texto de "Cambio climático" en el módulo *Para seguir aprendiendo*.



Describe el tema que se trata y de qué quieren convencer.

En estos textos se manejan diferentes tipos de argumentos; completa la siguiente tabla.

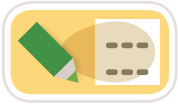
Argumento del tipo de...	Qué dice el argumento...	¿Es válido de acuerdo con lo que se revisó?

Actividad 27 **Planeando la asesoría**

En el Paquete de autoformación *Acércate al Eje de Lengua y comunicación*, unidad II, tema 3, "Comencemos el viaje", se hace referencia a una primera lectura del material.



Revisa las antologías de los módulos del eje de Lengua y comunicación. Observa detenidamente la forma como están organizados los textos y, especialmente, la propuesta didáctica para establecer la relación con las lecturas y propiciar el hábito de la lectura.



Escribe las propuestas que se te sugieren para realizar la lectura de los módulos.

Al igual que en esta parte de la guía, te proponemos que revises los módulos con la intención de leer los textos con mayor profundidad.

Como sabes, los textos argumentativos los encuentras en diversos formatos y en diferentes momentos de la vida académica y cotidiana; para realizar una lectura de ellos es necesario que las personas:

- Identifiquen que se trata de un texto argumentativo,
- Lean los planteamientos que se realizan, y
- Valoren los argumentos que se exponen.

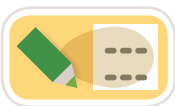
A lo largo de este curso se revisaron estos elementos. Ha llegado el momento de ponerlos en práctica. Para hacerlo, te proponemos que desarrolles las siguientes actividades.



Consigue tres textos: el primero, un comercial largo sobre la venta de algún producto; el segundo, una cajetilla de cigarrillos que contenga las leyendas para dejar de fumar, y un texto argumentativo de los que se han revisado a lo largo de este curso.

- Lleva los diversos módulos del eje y pide a las personas que localicen algunos textos argumentativos.
- Selecciona un texto argumentativo, puede ser un comercial de televisión o un volante, y revísenlo entre todos.

Desarrolla alguna de las actividades anteriores.



Escribe los aspectos que debes considerar con base en:

La actividad seleccionada:

Lo que debo tomar en cuenta antes de la sesión:

Lo que debo tomar en cuenta durante de la sesión:

Lo que debo tomar en cuenta después de la sesión:



Comparte tu propuesta con el grupo y recibe comentarios sobre tus actividades.



Ajusta las actividades donde consideres necesario y realízalas en las asesorías.

Actividad 28 **Aplicación y valoración de estrategias**

Si tu actividad es adecuada, las personas podrán llevar a cabo una sencilla evaluación de recuperación y crítica del texto. Entrega un texto argumentativo a las personas y posteriormente pídeles que escriban.

Hipótesis: pregunta qué se plantea el autor:

Argumentos que presenta:

Conclusión:



Compartan los resultados y den sus comentarios acerca de los aprendizajes obtenidos y de cómo se sintieron al realizar la evaluación.



¡Recuerda!

**Nunca se termina de aprender a leer.
Tal vez como nunca se termine de aprender a
vivir.**

Jorge Luis Borges (1899-1986)

Has concluido el curso.
¡Felicidades!

NOTAS

NOTAS



NOTAS

NOTAS





ISBN: 978-607-710-393-6



9 786077 103936

DISTRIBUCIÓN GRATUITA

Este programa es público, ajeno a cualquier partido político. Queda prohibido su uso para fines distintos a los establecidos en el programa.