

Expressão Escrita em Língua Espanhola II

**Lara Emanuella da Silva Oliveira
Karoline Queiroz Correia Menezes
Valéria Jane Siqueira Loureiro**



**São Cristóvão/SE
2018**

Expressão Escrita em Língua Espanhola II

Elaboração de Conteúdo

Lara Emanuella da Silva Oliveira
Karoline Queiroz Correia Menezes
Valéria Jane Siqueira Loureiro

Projeto Gráfico

Neverton Correia da Silva
Nycolas Menezes Melo

Capa

Hermeson Alves de Menezes

Diagramação

Nycolas Menezes Melo

Presidente da República
Michel Temer

Ministro da Educação
José Mendonça Bezerra Filho

Diretor de Educação a Distância
João Carlos Teatini Souza Clímaco

Reitor
Angelo Roberto Antonioli

Vice-Reitor
Iara Maria Campelo Lima

Chefe de Gabinete
Marcionilo de Melo Lopes Neto

Coordenador Geral da UAB/UFS
Diretor do CESAD
Antônio Ponciano Bezerra

Coordenadora-adjunta da UAB/UFS
Vice-diretora do CESAD
Fábio Alves dos Santos

Diretoria Pedagógica
Clotildes Farias de Sousa

Diretoria Administrativa e Financeira
Pedro Henrique Dantas Dias

Coordenação de Pós-Graduação
Fábio Alves dos Santos

Coordenação de Formação Continuada
Rosemeire Marcedo Costa

Coordenação de Avaliação
Hérica dos Santos Matos

Coordenação de Tecnologia da Informação
Hermeson Menezes

Assessoria de Comunicação
Guilherme Borba Gouy

Coordenadores de Curso
Denis Menezes (Letras Português)
Eduardo Farias (Administração)
Elaine Cristina N. L. de Lima (Química)
Evilson da Silva Vieira (Matemática)
Hélio Mario Araújo (Geografia)
Lourival Santana (História)
Marcia Regina Pereira Attie (Física)
Yana Teixeira Dos Reis (Ciências Biológicas)
Maria Augusta Rocha Porto (Letras Inglês)
Valéria Jane S. Loureiro (Letras Espanhol)
Everaldo Vanderlei de Oliveira (Filosofia)

Coordenadores de Tutoria
Mônica Maria Soares Rosado (Letras Português)
Ayslan Jorge Santos da Araujo (Administração)
Viviane Costa Felicíssimo (Química)
Danielle de Carvalho Soares (Matemática)
Givaldo dos Santos Bezerra (Geografia)
Carolina Nunes Goes (História)
Frederico Guilherme de Carvalho Cunha (Física)
Luzia Cristina de M. S. Galvão (Ciências Biológicas)
Gisela Reis de Gois (Letras Inglês)
Antonielle Menezes Souza (Letras Espanhol)
Arthur Eduardo Grupillo Chagas (Filosofia)

COORDENAÇÃO DE MATERIAL DIDÁTICO

Hermeson Menezes (Coordenador)
Marcio Roberto de Oliveira Mendonça

Neverton Correia da Silva
Nycolas Menezes Melo

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE
Cidade Universitária Prof. "José Aloísio de Campos"
Av. Marechal Rondon, s/n - Jardim Rosa Elze
CEP 49100-000 - São Cristóvão - SE
Fone(79) 3194-6600 - Fax(79) 3194-6474

Sumário

| | |
|---|----|
| AULA 1 | |
| ¿Qué es una noticia?..... | 07 |
| AULA 2 | |
| Así se construye los textos..... | 19 |
| AULA 3 | |
| Desarrollando ideas..... | 29 |
| AULA 4 | |
| Un cierre perfecto..... | 41 |
| AULA 5 | |
| Construcción de textos..... | 51 |
| AULA 6 | |
| La expresión escrita y la argumentación..... | 59 |
| AULA 7 | |
| La estructura del texto argumentativo..... | 71 |
| AULA 8 | |
| La adecuación de texto disertativo y argumentativo en la escrita..... | 81 |
| AULA 9 | |
| Los textos argumentativos..... | 89 |
| AULA 10 | |
| Construyendo textos..... | 95 |

Aula 1

¿QUÉ ES UNA NOTICIA?

META

Identificar como son expuestas las noticias.

OBJETIVOS

Al fin de esta clase, el alumno deberá:
Orientar sobre la estructura de una noticia.

REQUISITOS PREVIOS

Conocimiento previo sobre la estructuración del proceso da escrita, cohesión y coherencia.
Conocimiento del contenido de la asignatura de “Expressão escrita em língua espanhola I”.

Lara Emanuella da Silva Oliveira
Karoline Queiroz Correia Menezes
Valéria Jane Siqueira Loureiro

INTRODUCCIÓN

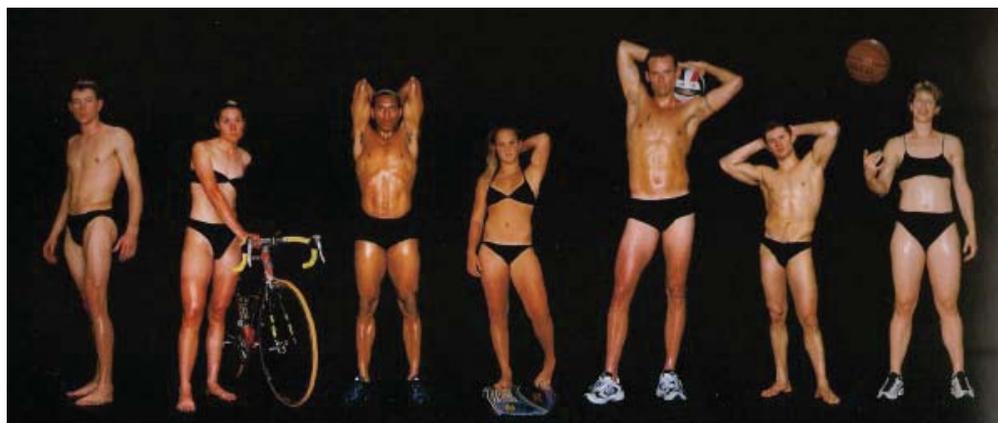
Para empezar

Caro (a) alumno (a),

En esta clase hablaremos sobre las noticias y cómo ellas están presentes en nuestro cotidiano. Además aprenderemos, en este capítulo, a construirlas. Para ello el alumno debe tener en cuenta que para redactar una buena noticia necesita entender algunos criterios tales como: saber lo que quiere escribir, delimitar el tema, saber estructurar la información etc. Para tanto, traemos varios recursos que serán útiles en el aprendizaje, como el uso de imágenes y textos que te harán reflejar y entender mejor el contenido. Esperamos que puedan disfrutar y aprender. Les dejamos la bienvenida y

¡Buen estudio!

Empecemos nuestra clase con esta imagen. Mírala y después conteste las preguntas a seguir.



Hombres y mujeres. Autor: Howard Schatz
(Fuente: <https://www.mdig.com.br>). Accedido el 19/11/2017.

¿Qué trata la imagen?

¿Sabes cómo se construye las noticias?

¿Cómo ellas son vinculadas?

¿De qué manera debemos escribir una noticia?

¿Ya sabes de qué vamos a hablar? Muy bien, hablaremos sobre las noticias, cómo construirla y como debemos hacer para que nuestra noticia sea confiable.

Con el avance de la tecnología, las noticias están más a nuestro alcance y de forma muy rápida, así la tenemos a todo momento en un periódico que compramos, en un quiosco o en el celular. Otro efecto del avance de la tecnología e información es que uno no necesita más ser graduado en periodismo para publicar informaciones, es solo ser alguien que lo quiera hacer

y tenga una red social o alguna plataforma virtual en que pueda publicarla. Vemos estas movilizaciones independientes a todo instante y tenemos que estar atentos para las fuentes de estas publicaciones, pues hay mucha gente que es engañada por noticias falsas.

Podemos definir noticia como un saber, un conocimiento nuevo, en los medio de comunicación por ejemplo, se entiende noticia por un texto o un testimonio que permite al público conocer o estar a par de los sucesos que se desarrollan en una comunidad. De esta manera,

La noticia es un hecho de índole periodista que obliga a recortar la realidad cuando algo merece ser difundido a raíz de su relevancia social. La estructura de una noticia debe organizarse y completarse en función de interrogantes básicos como “¿quién?”, “¿qué?”, “¿cuándo?”, “¿dónde?”, “¿por qué?”, “¿para qué?” y “¿cómo?”. (PORTO; MERINO, 2012)

Así, tenemos que tener en cuenta cómo se debe escribir una noticia y para tanto traemos un texto de cómo redactar un artículo de divulgación, en él podrás aprender a hacerlo.

CÓMO REDACTAR UN ARTÍCULO DE DIVULGACIÓN

- a) **Qué es lo que queremos escribir.** Supongamos que hablamos sobre la teoría de la relatividad de Einstein, por poner un ejemplo sugerido por un seguidor del blog. Es importante tener una idea básica sobre aquello que queremos exponer en el artículo de divulgación. Y la escritura del artículo debería girar sobre esa idea básica, para que el propio lector se oriente y se guíe de forma autónoma. Si se incorporan muchas ideas en el artículo es posible que el lector se confunda y no sepa seguirlo.
- b) **Debemos limitar el ámbito del tema.** ¿Queremos transmitir una información general o una información más acotada? Siguiendo el ejemplo propuesto, podríamos hablar de la teoría de la relatividad en general, o bien de cómo se forjó la teoría de la relatividad, o bien de la pequeña historia de la teoría de la relatividad desde su exposición inicial, o bien de las diferencias entre la relatividad especial y la relatividad general, o bien, para terminar, con la intención de ilustrar algún aspecto concreto de la teoría.
- c) **¿A quién va dirigido el artículo?** Dependiendo de la formación del público al que se dirige, se podría elevar o disminuir el nivel. Supongamos que va dirigido a un público general, por ejemplo al

que lee un diario de información general o al que sigue una web divulgativa y no especializada. Tendremos que adecuarnos a ese público al redactar el artículo de divulgación.

d) **Estructura del artículo de divulgación.** Para seguir con nuestro ejemplo, podríamos hacer una pequeña introducción sobre la teoría de la relatividad y de por qué es importante para comprender nuestro mundo. También podríamos poner un resumen antes de la introducción, esto ya va a depender de cómo queremos hacerlo. El título tendría que ser llamativo y lo más acorde posible con la materia que vamos a tratar: la historia de..., consideraciones sobre..., especulación sobre..., teorías actuales de..., etc. etc. Luego vendría la exposición propiamente dicha del artículo de divulgación, donde hablamos de aquello que habíamos pensado en un principio. Por último elaboraríamos unas conclusiones y, de ser necesario, aportaríamos unos datos o unas referencias o incluso bibliografía sobre el tema en cuestión.

e) **Complementar el artículo de divulgación** con imágenes, videos, gráficas... en resumen, con todos los elementos icónicos que fueran necesarios para la completa comprensión por parte del público del tema elegido.

f) **Elaboración del artículo de divulgación.** Entramos en el cómo. Aquí es muy importante considerar varios aspectos que resumimos en la siguiente lista:

1. **Elaborar un esbozo previo** del artículo de divulgación, con sus partes estructurales, desde el título hasta las conclusiones. A ser posible, idear un esquema que nos sirva de guía para lo que queremos explicar.
2. Si es pertinente, **mostrar un marco teórico o un marco histórico** sobre aquello de lo que vamos a hablar: podría servir de introducción al tema.
3. Si es posible, **mostrar el objetivo del artículo de divulgación:** podría ser una exposición general, algo relacionado con una noticia reciente, la posible explicación de algún fenómeno hasta ahora poco conocido, la reciente investigación de una universidad concreta, etc.
4. **Emplear frases cortas, sencillas, comprensibles.** Incluso sería muy conveniente, en la introducción, resumir en una frase lo que vamos a tratar, una frase que podría sintetizar la exposición que haremos a continuación.
5. **Eliminar fórmulas matemáticas o gráficos complejos,** a no ser que sean de conocimiento general y comprensible por parte

de un público lector que normalmente será variopinto: algunos comprenderán mejor y otros no llegarán.

6. Si se escribe sobre un concepto científico, y con un léxico científico, **hay que ir aclarando aquello que no sea de dominio general**. Por ejemplo si hablamos del espacio-tiempo y de las cuatro dimensiones en la teoría de la relatividad, que tomamos como ejemplo, deberemos explicar, en un lenguaje sencillo, por qué ocurre eso, por qué el espacio y el tiempo forman un concepto unido en la teoría... y como decía, en un lenguaje comprensible para la mayoría de las personas comunes. Si el lector ve algo muy farragoso o de difícil comprensión, abandonará la lectura.

7. **Es conveniente un final que conduzca al lector a la reflexión**, si es posible, con dudas, preguntas, pensamientos, incluso planteos especulativos.

8. **No hay que abusar de citas y fuentes**. Se trata de un artículo de divulgación, no de una tesis doctoral ni de una investigación académica.

9. **Usar comparaciones y ejemplos** para que el lector comprenda mejor las ideas expuestas, se deben usar comparaciones y ejemplos que tengan que ver con situaciones de la vida corriente.

10. **Revisión final**: eliminar términos repetidos, buscar sinónimos, evitar la reiteración de ideas ya expresadas anteriormente, revisar los tiempos verbales para eliminar incoherencias, buscar la máxima economía expresiva y el mayor rigor a la vez, para hacer del artículo de divulgación algo atractivo y seductor para el lector medio.

Adaptado de: <http://comoescibirbien.com/articulo-de-divulgacion/>
Accedido el 13/02/2018

¿Cómo identificamos una noticia?

Para empezar, lee y después contesta a las preguntas a seguir

Texto 1

Houston, Texas a 13 de mayo del 2012.

Querida tía Lulú:

¿Cómo has estado? Espero que muy bien, nosotros por aquí nos encontramos muy bien y extrañándolos mucho, tenemos muchas ganas de verlos.

Es por eso que te escribo para comentarte que en tres semanas vamos a poder tomar unas vacaciones en México, así que ya pronto podremos vernos. Llegamos el día 4 de junio Juan, los niños y yo, así que te queremos pedir de favor si puedes hospedarnos en tu casa por una semana.

Así que espero verte muy pronto, estamos muy felices por ello.

Con mucho cariño.

Tu sobrina Luz María.

Disponibile en http://www.ejemplode.com/64-cartas/3077-ejemplo_de_carta_amistosa.html. Accedido el 19/11/17

Texto 2

EL MAYOR DIARIO BRASILEÑO DEJA DE PUBLICAR SU CONTENIDO EN FACEBOOK

‘Folha de S. Paulo’ ha tomado esta decisión tras un cambio en el algoritmo de esta red social que ha disminuido “la visibilidad del periodismo profesional”

El mayor periódico de Brasil le da la espalda al poder distribuidor de Facebook. El diario *Folha de S.Paulo* ha anunciado este jueves que dejará de publicar sus noticias en la página que tiene en esa red social, lo que considera una “decisión inédita en el mundo”, y desde luego lo es para un periódico de su tamaño. Los lectores podrán continuar compartiendo los artículos del periódico en sus páginas personales, y el rotativo mantendrá su perfil en la red, pero dejará de actualizarlo con nuevo contenido. *Folha*, además de ser el periódico de mayor distribución en Brasil (279.642 ejemplares en su edición impresa), tiene casi seis millones de seguidores en Facebook, lo que le convierte en el más popular en la red.

La dirección del periódico no niega los riesgos de la decisión. “El principal [de ellos] es la pérdida de audiencia”, reconoce el director, Sérgio Dávila. “Una buena audiencia tiene variedad de fuentes, no puede depender solo de una. Los medios que construyeron su modelo de audiencia sobre Facebook tendrán más dificultades para adaptarse a la nueva realidad. No es nuestro caso”, afirma el director de la publicación.

El periódico venía planteándose esa decisión desde 2016 y acabó decantándose cuando, hace unas semanas, Facebook anunció que daría prioridad a las publicaciones de familiares y amigos frente a los contenidos periodísticos. La alteración del algoritmo de la red social que decide qué materiales tendrán más visibilidad en los muros de cada uno de los usuarios disminuye la influencia de Facebook en la captación de lectores para las ediciones digitales de los diarios. “La importancia de Facebook como canal de distribución estaba disminuyendo significativamente incluso antes del cambio del mes pasado, una tendencia observada también en otros medios”, ha explicado Folha en un artículo, el último publicado en la red social.

Cuando Mark Zuckerberg anunció su cambio de estrategia afirmó que “las publicaciones de empresas, marcas y medios de comunicación” estaban “desplazando los momentos personales que nos llevan a conectar más con los otros”. El empresario aseguró pretendía fomentar las relaciones entre la comunidad de usuarios, pero acabó reconociendo después que los participantes en su red pasan 50 millones de horas diarias menos en sus muros que antes.

Folha de S. Paulo registró en su web más de 35 millones de visitantes únicos en enero y ha tenido en cuenta para su salida que las interacciones (comentarios, compartidos y *me gusta*) en la red social están cayendo en picado. Solo en enero, la actividad de los usuarios de Facebook en las páginas de los diez principales diarios brasileños disminuyó un 32% si se compara con el mismo mes de 2017. Otro estudio sobre audiencia digital de la consultora Parse.ly mostró que el tráfico de las webs de noticias brasileñas proveniente de Facebook ha caído del 39% al 24% en el último año.

El diario también ha criticado que la empresa de Zuckerberg no haya resuelto el problema de la difusión de noticias falsas. Estas *fake news* alcanzaron su mayor notoriedad en 2016, durante las elecciones de Estados Unidos que dieron la victoria a Donald Trump, y este año amenazan también con contaminar las elecciones presidenciales de Brasil, que se celebrarán en octubre. “Varios estudios están mostrando que el cambio de algoritmo ha aumentado el alcance de estos bulos, en detrimento del periodismo profesional. Tiene sentido: las noticias falsas son más sensacionalistas y tienden a ser más compartidas que las noticias verdaderas. Como la nueva fórmula

favorece que se compartan contenidos personales, las *fake news* ganan”, lamenta Dávila.

Para la dirección del diario, la decisión también se fundamenta en la falta de reglas claras. “Los periódicos quieren estar donde está a audiencia. Si está en el duopolio Google y Facebook, allí estarán los periódicos. Pero las reglas del juego tienen que ser claras y no cambiarse cada rato, solo bajo el criterio de una de las partes. Es lo que ha ocurrido con Facebook, que prácticamente bloqueó el periodismo profesional en sus páginas”, explica Dávila.

Otro de los motivos mencionados para abandonar la plataforma es su política de divulgación de contenidos periodísticos sin pago previo. El diario ofrece la lectura gratuita de diez artículos al mes y cobra una suscripción de 7,45 euros mensuales para el acceso ilimitado a su página. “Facebook participó con las empresas de medios con su proyecto *Instant Articles*. Con él, los periódicos transfieren gratuitamente sus contenidos a la red social, sin derecho a cobrar por su acceso, a cambio de acelerar la descarga de las páginas. La única remuneración ofrecida por Facebook era referente a la venta de anuncios dentro de su plataforma”, explicó el periódico, que resalta que fue uno de los pocos grandes diarios que no aceptó esas condiciones “draconianas”.

La estrategia no está, admite el director, exenta de connotaciones. “Toda decisión editorial trae consigo una manifestación política. *Folha* cree que el contenido de calidad tiene que ser remunerado; que el usuario tiene que exponerse a opiniones contradictorias; que el noticiario debería seguir los parámetros del periodismo profesional antes de ser divulgado. Y Facebook no parece tener en cuenta nada de eso”

La red social se manifestó en un breve comunicado y afirmó su compromiso “con la construcción de una comunidad informada”. “Seguimos trabajando con las empresas de medios en América Latina para que puedan usar nuestra plataforma para crear conexiones significativas con sus audiencias. También estamos tomando una serie de medidas para garantizar que las noticias que las personas ven en Facebook sean informativas y de alta calidad”, decían.

Folha no es el primer periódico brasileño que desafía la influencia de Facebook. En 2013, el grupo Globo, que cuenta con la televisión más importante del país, varias revistas y webs y el influyente diario *O Globo*, con sede en Rio de Janeiro, decidió abandonar la red social.

El grupo justificó su decisión por motivos editoriales (estaba dejando a Facebook el control de las noticias que llegaban a los muros de los usuarios) y comerciales (no quería entregar a la plataforma, a través de los anuncios pagados, el perfil de público que deseaba alcanzar para que no fuese facilitado a sus competidores). Menos de un año después, el periódico volvió a Facebook.

Disponible en https://elpais.com/tecnologia/2018/02/09/actualidad/1518170231_523757.html?rel=mas Accedido el 13/02/18

AHORA CONTESTA

1. ¿Qué tipo de texto son estos?
2. ¿Cuáles las diferencias?
3. ¿Sobre qué se tratan los textos?
4. ¿Conoces estos géneros textuales? ¿Cuáles son?
5. ¿Cuál de estos textos es una noticia?
6. Tras identificar el texto que nos trae una noticia, contesta las preguntas:
 - a) ¿Cómo se delimitó el tema?
 - b) ¿A quién está dirigido?
 - c) ¿Quién lo produjo?
 - d) ¿Qué tipos de fuentes fueron utilizadas?

CONCLUSIÓN

Las informaciones nos llegan a todo instante por diversos medios de comunicación. Nosotros estamos siempre conectados con el mundo de la noticia, sea por Facebook, tele u otro medio cualquiera. Sin embargo, en la actualidad, con la facilidad que se difunden los contenidos, debemos observar si la información es verdadera o no. Para no caer en trampas y difundir cosas falsas uno debe tener en cuenta distintos factores.

1º: saber si la fuente donde está la noticia es confiable;

2º: debemos delimitar el tema que queremos relatar, para que no dejemos nada escapar; 3º: debemos saber a quién nos estamos dirigiendo cuando escribimos, así facilitaremos y/o adecuaremos nuestra escrita a nuestro público lector;

Por último uno debe revisar para ver si está todo coherente para por fin publicar la información.



RESUMEN

En esta clase hablamos sobre las noticias y cómo ellas están presentes en nuestro cotidiano. Hemos aprendido, en este capítulo, a construirlas de forma clara, objetiva y de acuerdo con el público a que va dirigida. Es importante recordar que para que uno sepa escribir una buena noticia necesita entender algunos criterios tales como: saber lo que quiere escribir, delimitar el tema, saber estructurar la información etc., como hemos visto en esta clase. Ojalá hayan aprendido el contenido. Sin embargo, si tienen duda no dejen de buscar al tutor.



ACTIVIDADES

Construyendo noticias

Ahora te toca a ti.

Busca una imagen que te guste y construye una noticia. Opina sobre el contenido siguiendo los pasos que fueron expuestos en la clase.

En caso de duda, no dejes de buscar ayuda con su tutor.

En el Foro de Dudas, podrás sacar las dudas sobre el tema de la clase y las actividades vinculadas. ¡No dejes de participar!

COMENTARIO DE LA ACTIVIDAD

En esta actividad, para construir una buena noticia como lo hacen los periodistas, el alumno debe observar cómo los medios de comunicación tratan las informaciones y cómo ellas están circulando en nuestras vidas. Además el alumno debe aprender a construir un buen texto, siguiendo los pasos que vimos en esta lección, que llame la atención del lector sin ser amarillista.



AUTOEVALUACIÓN

Después de esta clase, ¿Sé qué es una noticia? ¿Logro identificarla? ¿Puedo construir una noticia? Si tus respuestas son negativas, vuelve a leer la clase, contesta la actividad y busca la tutoría, puesto que para proseguir en la asignatura, entender estas nociones son fundamentales.

| ¿Qué has aprendido tú en esta clase? Escribe que has aprendido en esta clase en la alternativa que mejor corresponda al grado de tus conocimientos. | |
|---|--------------------|
| ¡Ya lo sé! | Tengo que mejorar. |
| | |



PRÓXIMA CLASE

En la próxima clase vamos a estudiar sobre las estructuras del tipo textual que utilizamos en las noticias y cómo podemos construirlos para el desarrollo de la comunicación e interacción en lengua española escrita. ¡Nos vemos!

REFERENCIAS

PORTO, J. P; MERINO, María. Definición de noticia. Publicado : 2008. Actualizado: 2012. Disponible em: <https://definicion.de/noticia/> Accedido el 13/02/2018

NUNES, Leandro Anderson de Loiola. **Texto dissertativo: um produto para o ensino.** Tese de Doutorado. Universidade de São Paulo. 2012.