



Redacción de párrafos y progresión temática

¿Qué es un párrafo?, ¿para qué sirve?

- Un párrafo; una idea
- Pero una idea desarrollada
- Cada idea debe estar escrita en un párrafo y cada párrafo debe contener solamente una idea
- Por lo tanto, cada párrafo debe presentar CLARA Y EXPRESAMENTE a su referente y, por supuesto, debe procurar ser concordante con cada una de sus partes



Redacción de un “buen” párrafo

¿Cómo es una idea bien desarrollada?



¿Es esta una idea bien desarrollada?



- Los niños no nacen delincuentes, es más bien su entorno el que propicia que estos se inicien tempranamente en lo ilegal
- VS
- Los niños no nacen delincuentes, es más bien su entorno el que propicia que estos se inicien tempranamente en lo ilegal: el abandono, el desapego temprano de sus padres y la falta de recursos alimenticios, económicos y de salud limitan su desarrollo en un ambiente libre de violencia. Así, no solamente se encuentran desprotegidos, sino que también se vulneran sus derechos elementales, aspectos clave para la incursión en delitos, drogas y criminalización social

¿Mediante cuáles estrategias se “extendió” el párrafo?

Estrategias de desarrollo de párrafos

Ejemplificación

Descripción

Narración

Definición

Ejemplificación

- La noción de mujer objeto (o cosificación de la mujer) proviene, principalmente desde los medios de comunicación masivos
- VS
- La noción de mujer objeto (o cosificación de la mujer) proviene, principalmente desde los medios de comunicación masivos, pues basta con revisar la publicidad de campañas, tales como las de perfumes Calvin Klein o los afiches de productos de diversa naturaleza para identificar que las mujeres se ubican al nivel de los objetos que se presentan como bien de consumo en estos anuncios. La publicidad de Bigtime citric es un buen ejemplo: la influencer Kel Calderón simula relaciones sexuales con quien cruza miradas en una discoteca, solamente por haber probado tal goma de mascar.

Descripción

- La noción de mujer objeto (o cosificación de la mujer) proviene, principalmente desde los medios de comunicación masivos
- VS
- La noción de mujer objeto (o cosificación de la mujer) proviene, principalmente desde los medios de comunicación masivos: es considerada como un objeto que acompaña al producto de consumo en cuestión, por lo tanto se la encuentra al mismo nivel: ahí, donde hay un perfume hay una mujer, ahí donde hay una cerveza, hay también una mujer, vale decir, cumplen la misma función, ya que se encuentra ahí para promover un producto en tanto ella también representa un objeto de deseo sexualizado, lo que atrae la atención de los eventuales clientes

Narración

- La noción de mujer objeto (o cosificación de la mujer) proviene, principalmente desde los medios de comunicación masivos
- VS
- La noción de mujer objeto (o cosificación de la mujer) proviene, principalmente desde los medios de comunicación masivos: a partir de los años 60, con el destape de la sexualidad y algunas libertades adquiridas por las mujeres de la época, como las pastillas anticonceptivas y, por lo tanto, el control de la natalidad, fue empleada esta supuesta liberación de la mujer también con fines lucrativos para así publicitar productos mediante el uso del cuerpo femenino canónico como bien de consumo.

Definición

- La noción de mujer objeto (o cosificación de la mujer) proviene, principalmente desde los medios de comunicación masivos
- VS
- La noción de mujer objeto (o cosificación de la mujer) proviene, principalmente desde los medios de comunicación masivos. Este fenómeno es definido como el “hacer uso de ella o de su imagen para finalidades que no la dignifiquen ni como **mujer**, ni como ser humano. La forma más frecuente de **cosificación de la mujer** es la **cosificación sexual**: se la convierte en un objeto sexual a disposición del hombre” (cdp, 2018)
- Fuente: <http://www.cdp.udl.cat/tallers/index.php/es/glosario/item/92-cosificacion-de-la-mujer>