

TRABAJO CON EL ARTÍCULO DE OPINIÓN INDICACIONES Y EJEMPLO PRÁCTICO

RECUPERACIÓN DE LA PRIMERA EVALUACIÓN (Nota máxima 1 punto)	TRABAJO DE LA SEGUNDA EVALUACIÓN (Nota máxima 0,5 puntos)
<ul style="list-style-type: none"> • Resumen o esquema del texto • Comentario crítico 	<ul style="list-style-type: none"> • EXPOSICIÓN ORAL EN CLASE. <ul style="list-style-type: none"> ◦ DURACIÓN: DE 5 A 10 MINUTOS

PAUTAS PARA PREPARAR AMBOS TRABAJOS

EL RESUMEN

- **PRIMERA LECTURA:** el objetivo es comprender el texto, por lo tanto debemos buscar el significado de aquellas palabras que no comprendemos.
- **SEGUNDA LECTURA:** el objetivo es discernir entre lo esencial y lo accesorio. Debemos detectar la información particular (fechas, porcentajes, cifras, citas textuales...), que no debe aparecer de forma literal en el resumen. Intentamos localizar la información general.
- **TERCERA LECTURA:** el objetivo es comprender la estructura del texto. Por ello leeremos analizando la coherencia (progresión temática) y la cohesión textual (marcadores textuales). Podemos intentar determinar las tesis, los argumentos y la conclusión. Pero no siempre figuran de forma explícita.

EL COMENTARIO CRÍTICO

Partiendo de las tesis y la conclusión del texto base, debemos redactar nuestro comentario crítico aportando una visión personal y fundamentada. Puede haber varias opciones válidas. Pero siempre debemos desarrollarlas con coherencia y corrección, en un registro culto y aportando varios argumentos que corroboren nuestras ideas.

ESTRUCTURA		
PRIMER PÁRRAFO	PÁRRAFOS CENTRALES	ÚLTIMO PÁRRAFO
<ul style="list-style-type: none"> • Resumen del contenido del texto y su relación del tema con el momento actual. • Exposición de tu postura ante lo argumentado en el texto. 	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo con argumentos originales la visión del tema 	<ul style="list-style-type: none"> • Conclusión

CARACTERÍSTICAS DE UN TEXTO REDACTADO CON CORRECCIÓN Y ADECUACIÓN

PRESENTACIÓN	EXPRESIÓN	ORTOGRAFÍA
<p>1. El escrito presenta márgenes laterales, superiores e inferiores.</p> <p>2. La separación entre párrafos es mayor que entre líneas.</p> <p>3. La letra es legible.</p> <p>4. Las líneas son rectas.</p> <p>5. No hay borrones ni tachaduras.</p>	<p>6. Las ideas están organizadas en párrafos.</p> <p>7. Cada párrafo responde a una idea general.</p> <p>8. El desarrollo del contenido se desarrolla siguiendo un orden lógico.</p> <p>9. El texto no presenta ni muletillas ni verbos vacíos de contenido.</p> <p>10. El texto presenta variedad léxica, es decir, la cohesión se manifiesta mediante la sinonimia, antonimia y el uso de diferentes vocablos de un mismo campo léxico, familia léxica o campo referencial.</p> <p>11. El texto no presenta lenguaje vulgar o jergas.</p> <p>12. Las oraciones constan de sujeto y predicado, presentando concordancia y sentido lógico.</p>	<p>13. Utiliza mayúscula al principio de texto.</p> <p>14. Utiliza mayúscula tras el punto y seguido.</p> <p>15. Utiliza mayúscula en los nombres propios.</p> <p>16. No utiliza letra mayúscula después de dos puntos</p> <p>17. Las grafías son utilizadas correctamente.</p> <p>18. Acentúa siguiendo las reglas generales de acentuación.</p> <p>19. Se emplea el punto y aparte para separar párrafos.</p> <p>20. Se emplea la coma en las aclaraciones.</p> <p>21. Se emplea las comas en las enumeraciones.</p> <p>22. Se emplea el punto y seguido para separar ideas dentro de un párrafo.</p> <p>23. Se emplean los dos puntos antes de una enumeración.</p>

¿CÓMO REDACTAR?

- Escribe varios borradores y revisalos. Deja pasar algún tiempo entre las distintas “relecturas” y “re-escrituras”. Hacerlo así te ayudará a madurar tus ideas y a tener una visión más fundamentada del tema del que hablas.
 - En la primera lectura, analiza la puntuación. Recuerda que es esencial introducir el punto para separar ideas.
 - En una segunda lectura, comprueba los conectores. No utilices siempre los mismos (pero, y, también...) Recuerda que el aula virtual tienes un documento que puedes consultar.
 - En una tercera lectura, revisa el léxico.
 - No repitas las mismas palabras.
 - También debes evitar expresiones como: siempre, nunca, jamás, todo, nada...
- La documentación es esencial: lee varios artículos e incorpora a tu escrito ideas y léxico.

EXPOSICIÓN ORAL EN CLASE

Es imposible dejar de mirarlo y, al mismo tiempo, difícil de digerir. Un hombre de rodillas mira fijamente a la cámara rodeado de niños que gritan un mantra: *please please, money money, follow follow, thank you thank you*. Como la chica del tiempo, señalan sin poder verlos a aquellos rincones de la pantalla donde pinchar para seguir la cuenta o enviar regalos. Uno está sentado en silla de ruedas. Debajo se lee en inglés: “Vivimos en una tienda de campaña. Por favor ayuda”. ¿Es una de las millones de familias de refugiados sirios que ocupan la frontera turca o son un fraude de internet? Es imposible saberlo, solo TikTok tiene acceso a esa información. Pero hay grandes posibilidades de que el video sea legítimo y las víctimas del fraude sean ellos. La BBC ha destapado una mafia de emprendedores que explota a niños refugiados para ganar dinero a través del sistema de regalos de la plataforma. Algunos llegan a recibir hasta mil dólares la hora. TikTok y sus socios se quedan más del 70% del total.

Hay tres maneras de ganar dinero en la plataforma: acuerdos con patrocinadores para hacer promoción encubierta, tener muchos seguidores y recibir regalos o donaciones. Para hacer un regalo hay que comprar “monedas” con las que comprar *stickers* que se envían durante los videos por *streaming*. Para recibir un regalo hay que ser un “creador”, tener más de 18 años, no haber sido sancionado nunca y tener un video con 1.000 visitas en el último mes. Para cobrarlo, los *stickers* se canjean por diamantes que a su vez se canjean por dólares americanos a través de PayPal. En el proceso, TikTok se queda con el 50% del dinero, y cada transacción tiene una tasa. El mínimo acumulado deben ser 100 dólares y es difícil llegar. Después están las agencias y los mediadores, que se llevan el siguiente 35%.

“Las agencias de Tiktok son una comunidad creciente de compañías tecnológicas que han surgido para ayudar a los publicistas a conectar con su creatividad y hacer crecer su negocio en Tiktok —dice la plataforma—. (...) tienen expertos reconocidos que crean, implementan y miden las campañas de anuncios que inspiran a nuestra comunidad”. Son granjas de contenido que crean las cuentas, consiguen los seguidores, levantan las sanciones y optimizan el contenido para que los algoritmos recomiendan los videos. La mayor parte están en China. Los mediadores son cualquiera que esté sobre el terreno (campos de refugiados en Turquía, refugios en Ucrania o barrios destruidos en Bangladés) y tenga un teléfono, una tarjeta sim y una cuenta de datos. Los mediadores reclutan gente para hacer los videos, les enseñan las palabras clave en el idioma clave (*please please, follow follow, thank you thank you*) y alargan la retransmisión hasta que los protagonistas se quedan roncos.

Las familias con más éxito mendigan durante horas. No tienen por qué ser familias: para ser “creador” hay que ser mayor de edad. Un adulto posa como padre y los niños más carismáticos son reclutados hasta formar una *boy band*. Recibirán un dólar por cada directo, que sus familias podrán cambiar. No es un episodio de *Black Mirror*. Es el mundo que prospera gracias a los incentivos macabros de TikTok.

MARTA PEIRANO

EL RESUMEN

- **PRIMERA LECTURA:** el objetivo es comprender el texto, por lo tanto debemos buscar el significado de aquellas palabras que no sabemos.
- **SEGUNDA LECTURA:** el objetivo es discernir entre lo esencial y lo accesorio. Debemos detectar la **información particular** (fechas, porcentajes, cifras, citas textuales...), que no debe aparecer de forma literal en el resumen. Intentamos localizar la **información general**.

Es imposible dejar de mirarlo y, al mismo tiempo, difícil de digerir. Un hombre de rodillas mira fijamente a la cámara rodeado de niños que gritan un **mantra**: *please please, money money, follow follow, thank you thank you*. Como la chica del tiempo, señalan sin poder verlos a aquellos rincones de la pantalla donde pinchar para seguir la cuenta o enviar regalos. Uno está sentado en silla de ruedas. Debajo se lee en inglés: “Vivimos en una tienda de campaña. Por favor ayuda”. ¿Es una de las millones de familias de refugiados sirios que ocupan la frontera turca o son un fraude de internet? Es **imposible saberlo**, solo TikTok tiene acceso a esa información. **Pero hay grandes posibilidades de que el video sea legítimo y las víctimas del fraude sean ellos**. La BBC ha destapado una **mafia de emprendedores** que explota a niños refugiados para ganar dinero a través del **sistema de regalos de la plataforma**. Algunos llegan a recibir hasta **mil dólares la hora**. TikTok y sus socios se quedan más del **70% del total**.

Hay tres maneras de ganar dinero en la plataforma: **acuerdos** con patrocinadores para hacer promoción encubierta, **tener muchos seguidores** y **recibir regalos o donaciones**. Para hacer un regalo hay que comprar “monedas” con las que comprar **stickers** que se envían durante los videos por *streaming*. Para recibir un regalo hay que ser un “**creador**”, tener más de **18 años**, no haber sido sancionado nunca y tener un video con **1.000 visitas** en el último mes. Para cobrarlo, los **stickers** se canjean por diamantes que a su vez se canjean por dólares americanos a través de PayPal. En el **proceso**, TikTok se queda con el **50% del dinero**, y cada transacción **tiene una tasa**. **El mínimo acumulado deben ser 100 dólares y es difícil llegar**. Después están las agencias y los mediadores, que se llevan el siguiente **35%**.

“Las **agencias de Tiktok** son una **comunidad creciente** de compañías tecnológicas que han surgido para ayudar a los publicistas a conectar con su creatividad y hacer crecer su negocio en Tiktok —dice la plataforma—. (...) tienen expertos reconocidos que crean, **implementan** y miden las campañas de anuncios que inspiran a nuestra comunidad”. Son **granjas de contenido** que crean las cuentas, consiguen los seguidores, levantan las sanciones y optimizan el contenido para que los algoritmos recomiendan los videos. La mayor parte están en **China**. Los mediadores son cualquiera que esté sobre el terreno (campos de refugiados en **Turquía**, refugios en **Ucrania** o barrios destruidos en **Bangladés**) y tenga un teléfono, una tarjeta sim y una cuenta de datos. Los mediadores reclutan gente para hacer los videos, les enseñan las palabras clave en el idioma clave (*please please, follow follow, thank you thank you*) y alargan la retransmisión hasta que los protagonistas se quedan roncos.

Las familias con más éxito mendigan durante horas. No tienen por qué ser familias: para ser “creador” hay que ser mayor de edad. Un adulto posa como padre y los niños más carismáticos son reclutados **hasta formar una boy band**. Recibirán **un dólar por cada directo**, que sus familias podrán **cambiar**. **No es un episodio de Black Mirror: Es el mundo que prospera gracias a los incentivos macabros** de TikTok.

- *Mantra: repetición monótona de una idea o una serie de ideas.*
- *Implementan: poner en funcionamiento o llevar a cabo una cosa determinada.*
- *Macabro: que tiene relación con el aspecto más repulsivo y desagradable de la muerte.*

- **TERCERA LECTURA:** el objetivo es comprender la estructura del texto. Por ello leeremos analizando la coherencia (progresión temática) y la cohesión textual (marcadores textuales) Podemos intentar determinar las tesis, los argumentos y la conclusión. Pero no siempre figuran de forma explícita.

Es imposible dejar de mirarlo y, al mismo tiempo, difícil de digerir. Un hombre de rodillas mira fijamente a la cámara rodeado de niños que gritan un mantra: *please please, money money, follow follow, thank you thank you*. Como la chica del tiempo, señalan sin poder verlos a aquellos rincones de la pantalla donde pinchar para seguir la cuenta o enviar regalos. Uno está sentado en silla de ruedas. Debajo se lee en inglés: “Vivimos en una tienda de campaña. Por favor ayuda”. ¿Es una de las millones de familias de refugiados sirios que ocupan la frontera turca o son un fraude de internet? Es imposible saberlo, solo TikTok tiene acceso a esa información. Pero hay grandes posibilidades de que el vídeo sea legítimo y las víctimas del fraude sean ellos. La BBC ha destapado una mafia de emprendedores que explota a niños refugiados para ganar dinero a través del sistema de regalos de la plataforma. Algunos llegan a recibir hasta mil dólares la hora. TikTok y sus socios se quedan más del 70% del total.

Hay tres maneras de ganar dinero en la plataforma: acuerdos con patrocinadores para hacer promoción encubierta, tener muchos seguidores y recibir regalos o donaciones. Para hacer un regalo hay que comprar “monedas” con las que comprar *stickers* que se envían durante los vídeos por *streaming*. Para recibir un regalo hay que ser un “creador”, tener más de 18 años, no haber sido sancionado nunca y tener un vídeo con 1.000 visitas en el último mes. Para cobrarlo, los *stickers* se canjean por diamantes que a su vez se canjean por dólares americanos a través de PayPal. En el proceso, TikTok se queda con el 50% del dinero, y cada transacción tiene una tasa. El mínimo acumulado deben ser 100 dólares y es difícil llegar. Después están las agencias y los mediadores, que se llevan el siguiente 35%.

“Las agencias de Tiktok son una comunidad creciente de compañías tecnológicas que han surgido para ayudar a los publicistas a conectar con su creatividad y hacer crecer su negocio en Tiktok —dice la plataforma—. (...) tienen expertos reconocidos que crean, implementan y miden las campañas de anuncios que inspiran a nuestra comunidad”. Son granjas de contenido que crean las cuentas, consiguen los seguidores, levantan las sanciones y optimizan el contenido para que los algoritmos recomiendan los vídeos. La mayor parte están en China. Los mediadores son cualquiera que esté sobre el terreno (campos de refugiados en Turquía, refugios en Ucrania o barrios destruidos en Bangladés) y tenga un teléfono, una tarjeta sim y una cuenta de datos. Los mediadores reclutan gente para hacer los vídeos, les enseñan las palabras clave en el idioma clave (*please please, follow follow, thank you thank you*) y alargan la retransmisión hasta que los protagonistas se quedan roncos.

Las familias con más éxito mendigan durante horas. No tienen por qué ser familias: para ser “creador” hay que ser mayor de edad. Un adulto posa como padre y los niños más carismáticos son reclutados hasta formar una *boy band*. Recibirán un dólar por cada directo, que sus familias podrán cambiar. No es un episodio de *Black Mirror*. Es el mundo que prospera gracias a los incentivos macabros de TikTok.

- *Comenzamos a redactar: intentamos generalizar teniendo en cuenta las tres lecturas.. Para lograr un resumen óptimo, evitaremos:*
 - *El uso de léxico complejo que no comprendemos.*
 - *La reproducción de la información particular, por lo tanto generalizaremos teniendo en cuenta la estructura del texto base.*
 - *La repetición de palabras del texto base.*

Relata una práctica habitual en los videos impactantes que se reproducen por las redes: se trata de personas con problemas económicos que piden dinero para lograr superar su situación

Cuestionamiento de la veracidad del video. No obstante, partiendo del hecho que fuentes periodísticas han informados de situaciones fraudulentas, se apunta la posibilidad de que sea la plataforma quien explota a los desfavorecidos, en este caso concreto refugiados.

Explicación de las tres vías para obtener beneficios económicos en la plataforma, dejando claro que es muy complejo que quienes protagonizan el video lleguen a conseguirlo. Añade que la plataforma se queda con un porcentaje.

Explicación del proceso de creación de materiales de dicha plataforma, quedando patente que ponen el foco en personas que viven una situación extrema y les muestran ciertas pautas para interactuar en las grabaciones.

Los beneficios de esta práctica macabra son mínimos.

ESQUEMA

1. Reflexión sobre el negocio generado con la publicación de videos emotivos en una conocida plataforma de internet (Tick Tock)
 - 1.1. Ejemplificación con un ejemplo concreto de personas refugiadas que piden ayuda.
 - a) Cuestionamiento de la veracidad de las imágenes
 - b) Denuncia de un fraude potencial propiciado por la plataforma.
 - 1.2. Explicación de las vías de adquisición de dinero en esta plataforma, constatando que quienes protagonizan los contenidos reciben una mínima parte.
 - 1.3. Análisis del profesionalizado proceso de creación de contenidos y el utilitarismo hacia las personas desfavorecidas que formarán las denominadas “boy band”.
 - 1.4. Conclusión en la que califica esta práctica como macabra y hace ver su similitud con situaciones distópicas propias de la ficción.

RESUMEN

En este artículo, la periodista Marta Peirao reflexiona sobre el negocio que hay tras la publicación de videos emotivos y atrayentes en la conocida plataforma de internet (Tick Tock). Comienza, analizando un ejemplo concreto. Se trata de unas imágenes en las que un grupo de refugiados, en el que hay menores, piden ayuda para sobrevivir. Es esa una escena, emotiva e impactante, pero no es posible saber si es real o ficción. Aunque lo que sí se ha demostrado es que la plataforma utiliza de forma fraudulenta a este tipo de personas. Para esclarecer este hecho la periodista explica las tres vías de adquisición de dinero en esta plataforma, constatando que quienes protagonizan estos contenidos reciben una mínima parte. Dichas personas forman parte de las denominadas “boy band”, que tras ser reclutados por trabajadores de la plataforma y recibir unas pautas mínimas de actuación logran ganar una cantidad de dinero ínfima si tienen éxito. La periodista califica esta práctica como “macabra” y hace ver su similitud con situaciones distópicas propias de la ficción.

EL COMENTARIO CRÍTICO

Partiendo de las tesis y la conclusión del texto base, debemos redactar nuestro comentario crítico aportando una visión personal y fundamentada. Puede haber varias opciones válidas. Pero siempre debemos desarrollarlas con coherencia y corrección, en un registro culto y aportando varios argumentos que corroboren nuestras ideas.

ESTRUCTURA		
PRIMER PÁRRAFO	PÁRRAFOS CENTRALES	ÚLTIMO PÁRRAFO
<ul style="list-style-type: none"> • Resumen del contenido del texto y su relación del tema con el momento actual. • Exposición de tu postura ante lo argumentado en el texto. 	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo con argumentos originales la visión del tema 	<ul style="list-style-type: none"> • Conclusión

CARACTERÍSTICAS DE UN TEXTO REDACTADO CON CORRECCIÓN Y ADECUACIÓN

PRESENTACIÓN	EXPRESIÓN	ORTOGRAFÍA
<ol style="list-style-type: none"> 1. El escrito presenta márgenes laterales, superiores e inferiores. 2. La separación entre párrafos es mayor que entre líneas. 3. La letra es legible. 4. Las líneas son rectas. 5. No hay borrones ni tachaduras. 	<ol style="list-style-type: none"> 6. Las ideas están organizadas en párrafos. 7. Cada párrafo responde a una idea general. 8. El desarrollo del contenido se desarrolla siguiendo un orden lógico. 9. El texto no presenta ni muletillas ni verbos vacíos de contenido. 10. El texto presenta variedad léxica, es decir, la cohesión se manifiesta mediante la sinonimia, antonimia y el uso de diferentes vocablos de un mismo campo léxico, familia léxica o campo referencial 11. El texto no presenta lenguaje vulgar o jergas. 12. Las oraciones constan de sujeto y predicado, presentando concordancia y sentido lógico. 	<ol style="list-style-type: none"> 13. Utiliza mayúscula al principio de texto. 14. Utiliza mayúscula tras el punto y seguido. 15. Utiliza mayúscula en los nombres propios. 16. No utiliza letra mayúscula después de dos puntos 17. Las grafías son utilizadas correctamente. 18. Acentúa siguiendo las reglas generales de acentuación. 19. Se emplea el punto y aparte para separar párrafos 20. Se emplea la coma en las aclaraciones. 21. Se emplea las comas en las enumeraciones. 22. Se emplea el punto y seguido para separar ideas dentro de un párrafo. 23. Se emplean los dos puntos antes de una enumeración.

Si tenemos presente la idea principal y la conclusión, el comentario de este texto se puede tratar de los siguientes temas:

- Los contenidos digitales y la posverdad
- Manipulación de las minorías en la sociedad actual.
- Desconocimiento de la estructura económica de las grandes empresas digitales: la indefensión de los usuarios.
- La “aparente distopia” actual.
- Aspectos negativos de las redes

¿CÓMO REDACTAR?

- *Escribe varios borradores y revisalos. Deja pasar algún tiempo entre las distintas “re-lecturas” y “re-escrituras”. Este hábito te ayudará a madurar tus ideas y a tener una visión más fundamentada del tema del que hablas.*
 - *En la primera lectura, analiza la puntuación. Recuerda que es esencial introducir el punto para separar ideas.*
 - *En una segunda lectura, comprueba los conectores. No repitas siempre los mismos (pero, y, también...) No olvides que el aula virtual tienes un documento que puedes consultar.*
 - *En una tercera lectura, revisa el léxico.*
 - *No utilices una y otra vez las mismas palabras.*
 - *También debes evitar expresiones como: siempre, nunca, jamás, todo, nada...*
- *La documentación es esencial: lee varios artículos e incorpora a tu escrito ideas y léxico.*