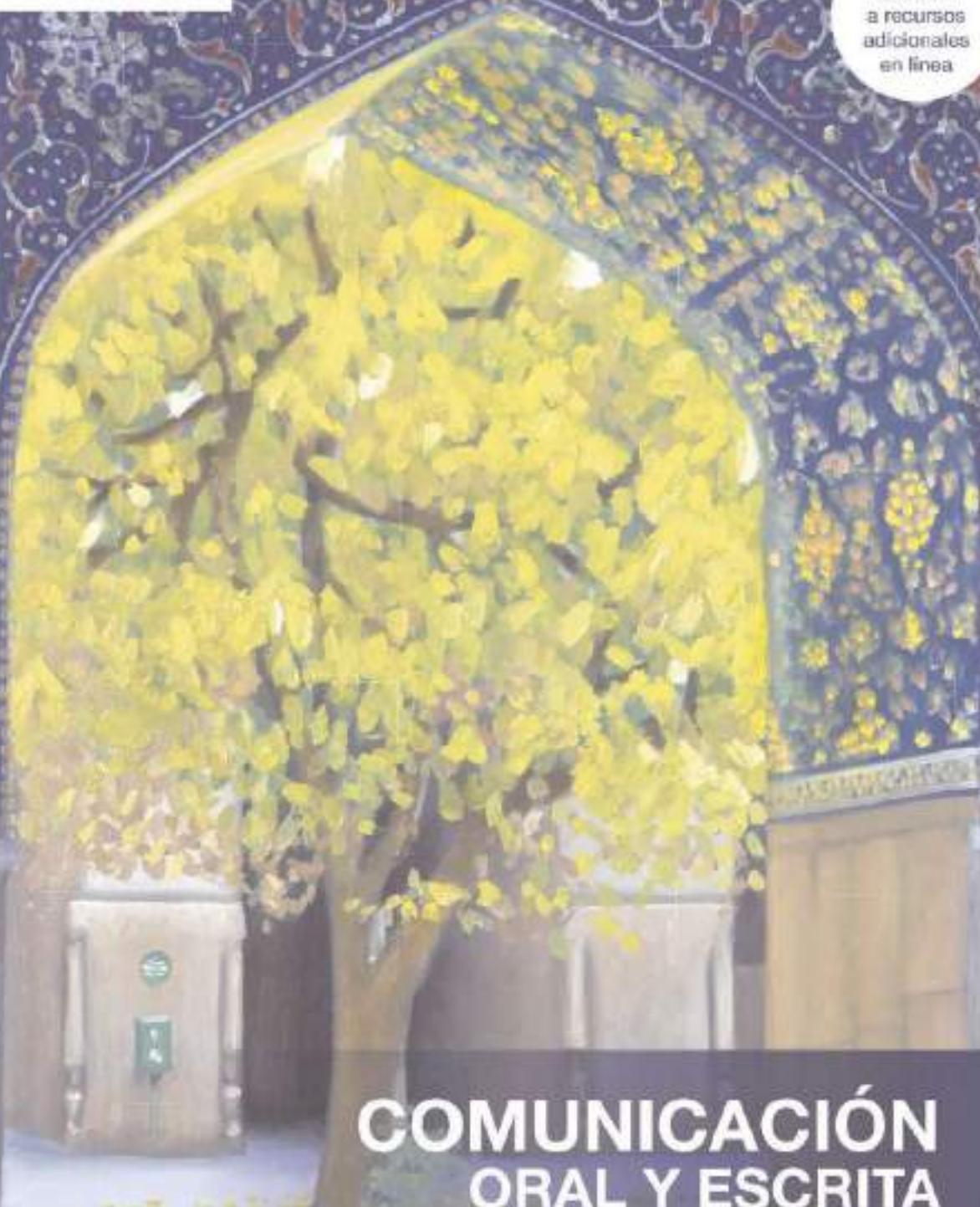




Incluye
acceso
a recursos
adicionales
en línea



COMUNICACIÓN ORAL Y ESCRITA

Münch · Palafox

COMUNICACIÓN ORAL Y ESCRITA

Lourdes Münch Galindo · Alejandro Hernández Palafox

Revisión técnica

LCC María Soledad San Vicente Rico
Directora Académica
Universidad Tecnológica de México, campus Sur



Australia • Brasil • Estados Unidos • México • Reino Unido • Singapur

Dedicatoria

A las jóvenes y los jóvenes de México,
como una permanente y emocionada invitación a la mesa de la palabra.



Acerca de los autores	viii
Presentación	x
Prefacio	xii
Agradecimientos	xv
PARTE I	
Comunicación oral	1
CAPÍTULO 1	
La comunicación	2
1.1 Principios de la comunicación. Conceptos generales	5
1.1.1 Concepto e importancia de la comunicación	5
1.1.2 Características de la comunicación	8
1.1.3 Elementos del proceso de comunicación	9
1.1.4 Tipos de comunicación	11
1.2 Modelos clásicos y contemporáneos	12
1.2.1 ¿Para qué sirven los modelos de comunicación?	12
1.2.2 Modelos clásicos	13
1.2.3 Modelos contemporáneos	14
1.2.4 Modelos de comunicación del siglo XXI	20
1.3 La comunicación intrapersonal, interpersonal y grupal	24
1.3.1 Comunicación intrapersonal	24
1.3.2 Comunicación interpersonal	25
1.3.3 Comunicación grupal	26
1.4 La comunicación verbal y no verbal. Definición, similitudes y diferencias	27
1.4.1 Comunicación verbal	27
1.4.2 Comunicación oral	28
1.4.3 Comunicación escrita	29
1.4.4 Comunicación no verbal	29
Evaluación sumativa	34
CAPÍTULO 2	
La comunicación en público	38
2.1 Hablar bien y con eficacia	41
2.1.1 ¿Para qué sirve hablar bien?	42

2.2 Características del buen orador	44
2.2.1 Claridad de propósito	45
2.2.2 Claridad de ideas	45
2.2.3 Claridad de expresión	46
2.3 Habilidades personales del orador	47
2.3.1 Manejo del nerviosismo	48
2.3.2 La extraversión	52
2.3.3 Actitud receptiva	53
2.3.4 Saber escuchar	54
2.3.5 Autoconcepto, imagen y proyección	54
Evaluación sumativa	60
CAPÍTULO 3	
Técnica de la comunicación oral	64
3.1 La retórica y la elocuencia	67
3.1.1 Ethos	67
3.1.2 Logos	68
3.1.3 Pathos	68
3.2 La preparación	70
3.2.1 Elección del tema	71
3.2.2 Análisis del receptor	73
3.2.3 Planteamiento de objetivos	75
3.2.4 Selección y ordenación de ideas	77
3.2.5 Redacción del guion	84
3.3 La ejecución	87
3.3.1 Manejo del tiempo	88
3.3.2 La estructura del discurso	89
3.3.3 Elementos de la comunicación no verbal	103
3.4 Uso de los elementos técnicos	110
3.4.1 Micrófono	110
3.4.2 Diapositivas	110
3.4.3 Telepróxim	111
3.4.4 Recursos audiovisuales	111
Evaluación sumativa	113
CAPÍTULO 4	
Desarrollo de presentaciones	118
4.1 Desarrollo del tema de la presentación	121
4.2 Desarrollo del intercambio de opiniones acerca del tema presentado	125
4.3 Aportar sugerencias y responder cuestionamientos del tema	127
4.4 Coincidencias o discrepancias con otras personas	128

4.5 Explicar el tema de forma clara y concisa	130
4.5.1 Fluidez verbal	130
4.5.2 Argumentar puntos de vista	131
Evaluación sumativa	135
Bibliografía	140
PARTE II	143
Comunicación escrita:	
CAPÍTULO 5	
Modelos de textos y modelos de composición escrita	144
5.1 Modelos de textos	147
5.1.1 Narración	147
5.1.2 Descripción	151
5.1.3 Argumentación	155
5.1.4 Exposición	162
5.1.5 Diálogo	164
5.2 Modelos de composición escrita	166
5.2.1 Etapa de planeación	166
5.2.2 Etapa de producción de ideas	168
5.2.3 Etapa de producción de textos	170
5.2.4 Etapa de revisión	174
Evaluación sumativa	177
CAPÍTULO 6	
Construcción de textos	182
6.1 Unidades básicas	185
6.1.1 La oración	185
6.1.2 El párrafo	201
6.2 Integración de oraciones en párrafos	209
6.2.1 Criterio	209
6.2.2 Revisión	210
6.2.3 Continuidad	211
6.2.4 Gramática	212
6.3 Unidad e integración de párrafo	212
6.3.1 Pautas para la integración de párrafos en textos	213
6.3.2 La estructura básica	215
Evaluación sumativa	217

CAPÍTULO 7	
Estructura y desarrollo de documentos	222
7.1 Resumen	225
7.1.1 Principios para elaborar un resumen	226
7.1.2 Pautas para leer y marcar el texto que resumirás	226
7.1.3 Tipos de resúmenes	227
7.2 Cuadros sinópticos	230
7.2.1 Para qué hacer cuadros sinópticos	230
7.2.2 Cuadros sinópticos según su finalidad	231
7.3 Informe	233
7.3.1 Características de un buen informe	234
7.3.2 Variedad de informes	235
7.3.3 Secuencia de elaboración	237
7.4 Ensayo	238
7.4.1 Cualidades del ensayo	239
7.4.2 Tipos de ensayo	240
7.5 Propuesta	243
7.5.1 El trabajo previo a la elaboración de la propuesta	244
7.6 <i>Curriculum vitae</i>	247
7.6.1 Cómo hacer un <i>curriculum vitae</i>	248
7.6.2 Recomendaciones generales	251
7.7 El oficio	253
7.7.1 Cómo redactar un oficio	254
7.7.2 Cómo debe ser un oficio	256
7.8 Circular	259
7.9 Memorándum	261
7.9.1 Forma	262
7.9.2 Estructura	262
7.10 Géneros periodísticos	263
7.10.1 Géneros informativos	264
7.10.2 Géneros de opinión	266
Evaluación sumativa	269

■ Acerca de los autores

Dra. Lourdes Münch

Egresada de la UNAM de la licenciatura en Administración, obtuvo Grado de Doctor in Business Administration en Newport University y PhD en Filosofía. Cuenta con diversos cursos de especialización entre los que destacan: Didáctica y planeación educativa, Calidad total, Tecnología educativa y Desarrollo organizacional, y Coaching.

Se ha desempeñado en las áreas de marketing, recursos humanos, planeación estratégica, consultoría y capacitación en diversas empresas. Catedrática y conferencista en instituciones de educación superior nacionales e internacionales en licenciatura y posgrado. Recibió el Premio Nacional de Administración 2010, la presea Miguel Hidalgo otorgada por el CLAEM; y el premio internacional Educa 2017. Actualmente es conferencista, consultora y capacitadora.

Ha publicado más de 30 libros que son textos en universidades e instituciones de educación superior:

- En editorial Pearson: *Administración*, *Administración (e text)*, *Diseño de estructuras organizacionales* y *Gestión del conocimiento*; y la serie Formación para el Trabajo Integrada por ocho textos.
- Para editorial Trillas: *Fundamentos de administración*, *Casos y prácticas de administración*, *Métodos y técnicas de investigación*, *Más allá de la excelencia y la calidad total*, *Etica y valores*, *Administración de instituciones educativas*, Serie Trillas de Administración integrada por ocho textos.
- En editorial Limusa: coautora de *Comunicación y mercadotecnia política*. Premio Internacional de las Américas, EE.UU, 1998.
- En la UNAM, Fondo editorial FCA: coautora en *De las ideas al libro: escribir un libro está al alcance de tu mano*.

Alejandro Hernández Palafox

Escritor, periodista y formador de periodistas. Fue director de la Escuela de Periodismo Carlos Seplén García, de la que es egresado y en la que impartió clases durante 25 años.

Exdirector editorial de *El Financiero*, ha ejercido el periodismo en prensa, radio, televisión e internet y ha sido director de comunicación social o su equivalente en dependencias públicas y organismos privados; en dos ocasiones ha formado parte del jurado que otorga el Premio Nacional de Periodismo.

Ha publicado seis novelas, entre ellas:

- *Nos imputaron la muerte del perro de enfrente* (Planeta)
- *Amarás a Dios sobre todas las cosas* (Tusquets)
- *Los últimos días de Ramón Pájaro* (Penguin Random House)

Entre otras distinciones, ha recibido las siguientes:

- Premio Latinoamericano de Cuento Edmundo Valadés
- Premio Castillo de la Lectura
- Premio Nacional de Literatura Rafael Ramírez Heredia

Desde 1997 es capacitador, consultor y conferenciante en comunicación.

Cree, y lo dice incluso cuando no se lo preguntan, que la injusticia es la mayor calamidad y que la libertad es el mayor bien posible.

■ Presentación

Comunicar es un verbo esencial. Sin comunicación no hay convivencia ni desarrollo, colaboración ni debata. Nos comunicamos todo el tiempo. Más aún: somos comunicación.

Todo cuanto somos, hacemos y no hacemos comunica: presencia, actitud, semblante, ademanes, gestos, vestimenta, saludo, sonrisa, llanto, paseo, entusiasmo. Comunicación es incluso nuestra ausencia, nuestro silencio.

Somos comunicación, y en el centro del profundo y complejo universo de nuestras capacidades comunicativas, está el gran instrumento de la relación social: la palabra. Palabra oral y palabra escrita.

Hablamos y escuchamos; escribimos y leemos. En estos cuatro verbos está el inmenso continente y contenido de nuestra comunicación diaria. Por eso este libro. Puesto que un alto porcentaje de nuestra comunicación se realiza mediante la palabra, requerimos adquirir conocimientos y desarrollar habilidades para comunicarnos mejor a través de ella.

¿Y qué es comunicarnos mejor? Es transmitir y comprender con claridad y eficacia ideas, pensamientos, querencias, sentimientos, temores, ilusiones. Ejercitarnos en comunicarnos con nitidez nos ofrece grandes regalos: hace posible que entendamos al otro, nos ayuda a pensar con claridad y nos revela que la comunicación con los otros empieza con la comunicación íntima, personalísima, de cada quien consigo mismo.

El objetivo de este libro es contribuir a mejorar las capacidades de comunicación de sus lectores, es decir, de sus participantes. Porque este es un libro de participación, más que de lectura. Ahora bien, ¿quién son esos participantes? En realidad puede serlo toda persona. El libro, sin embargo, se apega al curso de Comunicación Oral y Escrita de la Universidad Tecnológica de México y se dirige a todos sus alumnos que cursan el primer cuatrimestre de su carrera profesional, independientemente de la disciplina que estudien.

Nuestra aspiración es que los participantes, las jóvenes y los jóvenes universitarios, participen en una dinámica diseñada para aumentar sus habilidades para su comunicación oral y escrita.

Con la guía de la maestra Lourdes Minch, en los primeros cuatro capítulos se explora el mundo de la comunicación oral. Comenzamos con un necesario sobrevuelo por los principios de la comunicación y sus modelos clásicos y contemporáneos, para ir después hacia el análisis de la comunicación interpersonal e intrapersonal, la verbal y la no verbal.

El acento, desde luego, está en el enorme privilegio y el apasionante desafío de comunicarnos con un público: cómo hablar bien y con eficacia, asumiendo la responsabilidad de cada una de sus facetas: desde el contenido del discurso, el propósito, las ideas, hasta la expresión corporal y el paralingüaje, todo sostenido por la actitud, que nos lleva del nerviosismo a la serenidad y del compromiso a la satisfacción de un mensaje bien expuesto.

La retórica, el arte de hablar y escribir de modo eficaz para deleitar, persuadir y conmover, puede tener su semilla en el talento, pero solo con preparación, trabajo y dedicación alcanza sus frutos. Por ello en este libro se abordan, entre otros, los siguientes ángulos: la elección del tema, el planteamiento del objetivo, el conocimiento del receptor, la estructura del discurso y el orden de las ideas, para entregar un contenido que aporte valor a la vida de quienes escuchan. Asimismo, proporcionamos pautas para la preparación y la exposición de presentaciones, en virtud de que es previsible que en la vida profesional se desplieguen oportunidades y retos de esta naturaleza. Se trata de dotar a los estudiantes de las herramientas adecuadas y de las habilidades de

comunicación oral requeridas para que, como buenos expositores, tengan acceso a más experiencias y oportunidades y potencien el alcance de su trayectoria.

Los capítulos 5, 6 y 7, desarrollados por Alejandro Hernández Palafox, están dedicados a la palabra escrita, que implica, aunque su eje siga siendo el lenguaje, otras vertientes de estudio, análisis y práctica. Se incluyen aquí los modelos de texto de uso intenso, como narración, descripción, argumentación, exposición y diálogo, y se hace hincapié en que todos ellos requieren de planeación, y de recolección, generación y ordenamiento de ideas, lo que desemboca en la finalidad central: la escritura del texto, así como su revisión y corrección.

Parte sustancial de la técnica de la redacción y del arte de escribir es el conocimiento de las unidades básicas del lenguaje, esto es, la palabra, la oración, el párrafo. Aquí se explica en qué categorías se clasifican las palabras y cómo con ellas se construyen las oraciones, qué tipos de oraciones hay y cuál es la forma más conveniente de ponerlas al servicio de la claridad.

A partir de la confección de oraciones se crean los párrafos y mediante la integración de estos se conforman los textos, desde una carta hasta un libro, lo que se expone paso a paso para convocar el interés del estudiante.

El capítulo 7 aspira a ser un elemento práctico y valioso para la formación del universitario al proponerle recomendaciones y ejercicios con el fin de que aprenda a escribir textos que, tenemos la certeza, le serán de gran utilidad en su desempeño y trayectoria profesionales. Las estructuras de comunicación escrita que se abordan detalladamente son: resumen, cuadro sinóptico, informe, ensayo, propuesta, memorándum, *curriculum vitae*, oficios y circulares. Asimismo, se ofrece una panorámica de lo que son y cómo se distinguen los géneros periodísticos de información y de opinión.

Aun cuando el universo de la comunicación es inabordable, es posible hacer aproximaciones específicas para fortalecer nuestras capacidades, en este caso de conocimiento, ejercicio y dominio de la palabra oral y escrita, lo que es y será siempre un mundo apasionante. Te deseamos mucho éxito.

Alejandro Hernández Palafox

■ Prefacio

Los impresionantes avances de la ciencia y de la tecnología en las últimas décadas han originado cambios sin precedentes en la sociedad. La comunicación ha cobrado una relevancia insospechada, a tal grado que a esta época conocida como *sociedad del conocimiento*, también se le denomina era de *la información*.

En este contexto, la comunicación oral y escrita es indispensable para el desempeño de cualquier profesión y para nuestra vida personal. El objetivo de esta obra es precisamente desarrollar habilidades para "utilizar las técnicas de comunicación oral y los modelos de composición escrita, para la producción de mensajes orales, escritos y visuales vinculados con mensajes generados en el ámbito profesional".¹

El libro se diseñó conforme a la metodología instruccional orientada al aprendizaje significativo, así como a la construcción del conocimiento. Se aplican principios de tecnología educativa acordes a las necesidades y tendencias de la educación en el siglo XXI; es un texto híbrido en el que, además de los contenidos impresos, se incluyen recursos en línea mismos que son un elemento fundamental para el proceso de enseñanza-aprendizaje.

Recursos didácticos

En esta obra, encontrarás una serie de recursos que propician el aprendizaje y el desarrollo de competencias, mediante actividades divertidas y enriquecedoras que se indican con diferentes íconos:



Videos. Se proponen una serie de películas y videos con el fin de reforzar y facilitar la comprensión de cada capítulo.



Guía de acción. Su finalidad es que apliques los conocimientos de los temas estudiados en cada capítulo.



Lecturas complementarias. En el sitio web encontrarás lecturas adicionales que refuerzan el aprendizaje.



Ejercicios de refuerzo. Como su nombre lo indica, en la página web se incluyen ejercicios que fortalecen tus habilidades.

¹ Universidad Tecnológica de México. Programa de la asignatura Comunicación Oral y Escrita. México, 2018.



Evaluación sumativa. Comprende los siguientes recursos:



Autoevaluación. Preguntas que miden el grado de avance del aprendizaje.



Autoevaluación en línea. Preguntas disponibles en el sitio web que miden el grado de avance del aprendizaje.



Crucigrama. En el sitio web, aparecen crucigramas para cada capítulo, cuya finalidad es repasar y reforzar los conocimientos.



Gamificación. Esta sección está integrada por juegos didácticos que sirven para reforzar competencias y conocimientos. ¡Diviértete y aprende! La encuentras en el sitio web.



Podcast. En el sitio web se incluyen audios en los que los autores exponen temas relevantes de los contenidos de la obra.



Conclusiones y aprendizajes. Su objetivo es que mediante la comprensión y el análisis de los temas sintéticos, los conocimientos más importantes.



Ensayo y presentación audiovisual. Se presenta al final de cada capítulo. Esta sección vincula los conocimientos de cada capítulo con las habilidades de comunicación verbal y escrita que se desarrollan a lo largo de la obra.



Entregables. Se presentan al final de cada capítulo. Comprenden una serie de informes y reportes. Disponibles en la página web.



Guía didáctica para el catedrático. Los catedráticos podrán encontrar en el sitio web de este libro, estrategias didácticas, diapositivas para impartir clase, dinámicas de grupo, soluciones a los crucigramas y a las autoevaluaciones.

Recursos adicionales en línea

Utiliza el código que aparece al reverso de la portada para acceder a los recursos didácticos en línea de esta obra en la siguiente liga:

<http://recursoscengage.com/munch-palafox>

Recursos adicionales para instructores

Esta obra cuenta con recursos en línea para instructores; consulta con su representante local de Cengage para conocer los términos y condiciones.

Contacto con los autores

Puedes enviar comentarios, dudas y observaciones a las siguientes direcciones:

dr.munch@gmail.com
alejandrchemendizpalafox@gmail.com
webmasterla@cengage.com

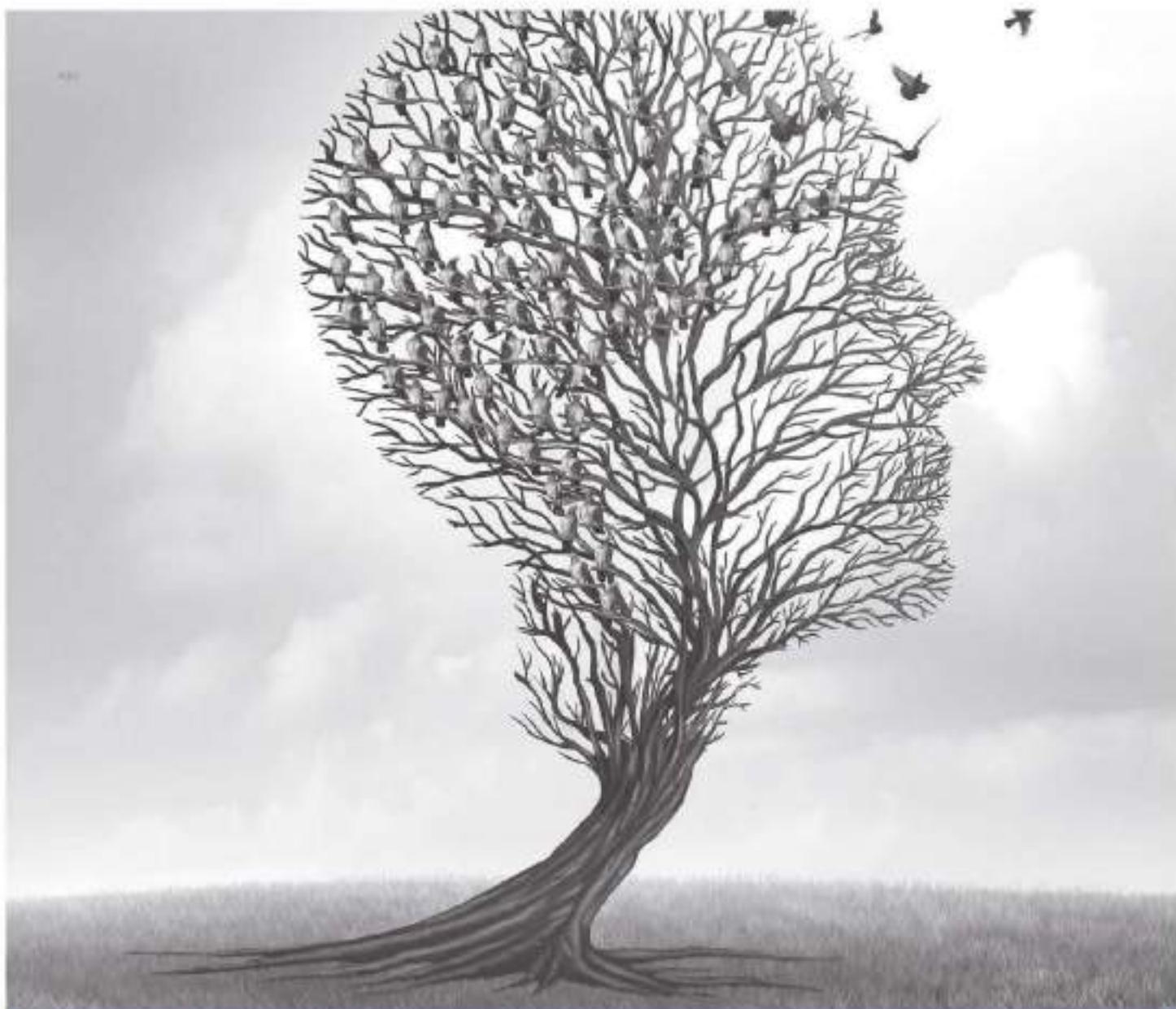
Las habilidades de comunicación oral y escrita se adquieren mediante la práctica y la experiencia continua. Por ello, esperamos que este libro sea un fiel compañero que te apoye a lo largo de tus estudios y de tu carrera profesional. En la medida en que nos comuniquemos con eficacia, ética y responsabilidad, contribuiremos a que el mundo sea mejor.

■ Agradecimientos

A la Universidad Tecnológica de México y a la maestra Lourdes Óñix, por su decisión de alentar el conocimiento y las habilidades de comunicación oral y escrita en sus alumnos, todos, con independencia de la carrera que cursan. Felicidades.

A la editorial Cengage Learning, y de manera especial a Jesús Mares, gerente editorial para Latinoamérica, y a nuestra editora Karen Estrada, siempre atenta, eficaz, oportuna.

Al escritor Rodrigo Alberto Montero, colaborador generoso de este libro y exalumno de Casa Lamm, de la Escuela de Escritores de Madrid y de la Escuela de Cine de Valencia, por sus valiosas y refrescantes aportaciones a los capítulos de comunicación escrita.



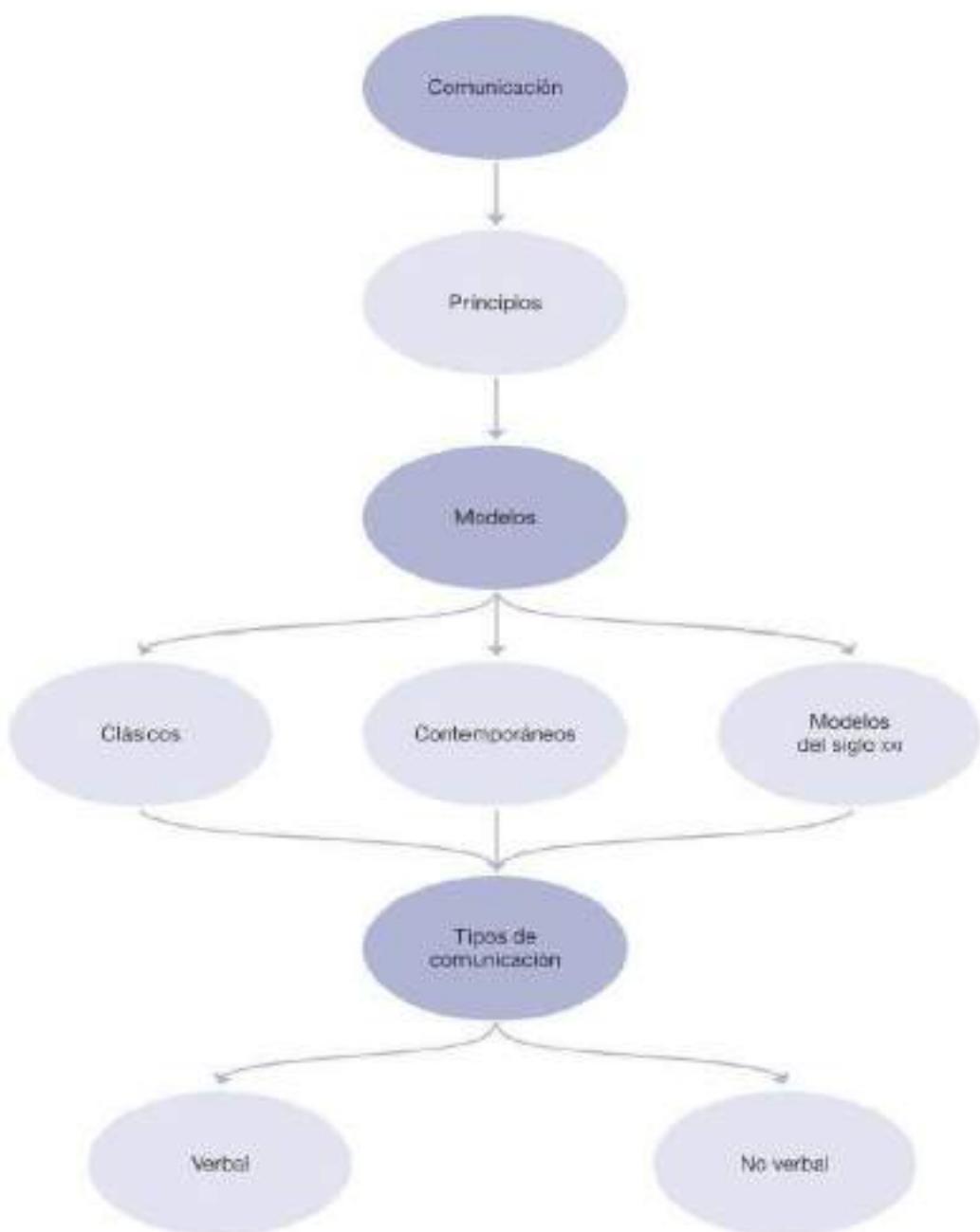
CAPÍTULO 1

LA COMUNICACIÓN



El lector desarrollará habilidades para:

- Analizar la importancia de la comunicación.
- Definir el concepto de comunicación.
- Analizar los modelos de comunicación clásicos, contemporáneos y del siglo xx así como sus aplicaciones e importancia.
- Describir las características de la comunicación intrapersonal e interpersonal.
- Distinguir las características, similitudes y diferencias de la comunicación verbal y no verbal.
- Analizar la relación de la comunicación con el avance de la civilización.
- Describir la importancia de la ética en la comunicación.
- Describir las perspectivas de la comunicación en la sociedad digital.
- Analizar la importancia de la comunicación para su ámbito personal y profesional.
- Describir la relación de la inteligencia artificial con la comunicación.



■ 1.1 Principios de la comunicación. Conceptos generales

Los principios son los fundamentos o reglas que rigen una disciplina. La comunicación efectiva requiere observar estos principios:

- **Objetividad.** Soportar la información con hechos.
- **Claridad.** Concisa, sencilla y breve.
- **Asertividad.** Emisión del mensaje en forma honesta y respetuosa.
- **Veracidad.** Sustentarse en la verdad.
- **Confiabilidad.** Provenir de fuentes válidas.
- **Ética.** Aplicar principios éticos para propiciar el bienestar de la sociedad.



GUÍA DE ACCIÓN

Describe la importancia de la aplicación de la ética en la comunicación. Ejemplifica.

1.1.1 Concepto e importancia de la comunicación



VIDEO

Analiza el video de la página web. Elabora un ensayo y coméntalo en clase.

Un elemento imprescindible en el avance de la sociedad es la comunicación (figura 1.1) ya que es el motor que ha impulsado el desarrollo de la civilización. Mediante la comunicación ha sido posible que se transmitan a lo largo de la historia los avances de la

cultura; sin comunicación, difícilmente se hubiera logrado el progreso de la humanidad. Un científico de este siglo no podría generar nuevas tecnologías si no contara con los conocimientos acumulados durante siglos, que se han transmitido mediante la comunicación.

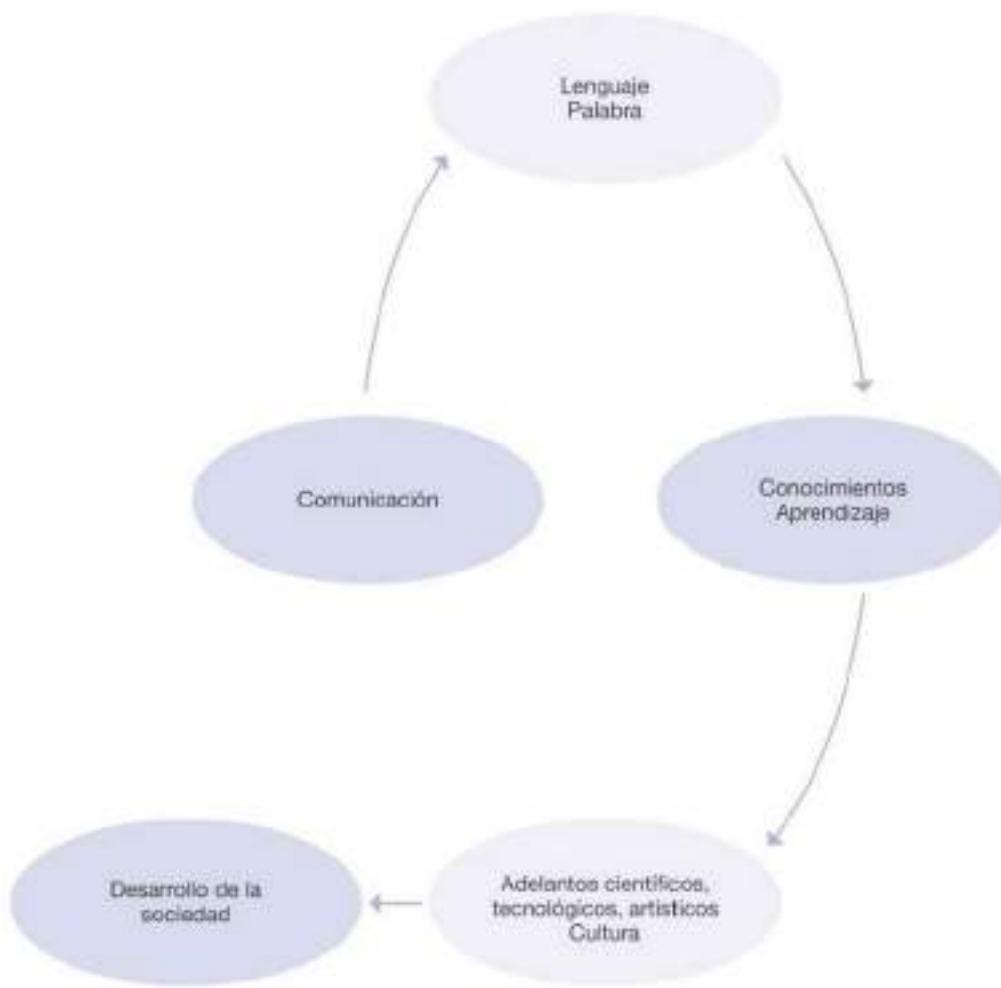


FIGURA 1.1 Comunicación y su influencia en el desarrollo de la sociedad.

La diferencia entre otras especies y el ser humano es la transmisión de conocimientos y experiencias mediante la comunicación.

En un inicio, el hombre primitivo se comunicaba por medio de mensajes visuales y auditivos; el uso de símbolos, gestos, dibujos y signos eran algunas de sus formas de comunicación. Hoy en día el uso de la tecnología ha tenido grandes repercusiones en el proceso de comunicación, de hecho, vivimos en la era de la comunicación y del conocimiento.



© iStock/Adobe Stock

Mediante la comunicación el ser humano manifiesta sus necesidades e ideas. El estudio del proceso de comunicación sirve para mejorar nuestras habilidades al interactuar. Diversos estudios han demostrado que quienes tienen mayores habilidades de comunicación tienden a destacar en su ámbito profesional. Estas habilidades se pueden desarrollar a partir del estudio y la práctica del proceso, elementos, modelos y características de la comunicación verbal y no verbal.

La palabra comunicación proviene del latín *communicare*, que significa hacer común, compartir. De acuerdo con el *Diccionario de la Real Academia Española*¹ la palabra comunicación se define como la transmisión de señales mediante un código común al emisor y al receptor.

Para Schramm, la comunicación es el conjunto de símbolos y signos por medio de los cuales se transmite significado y valor: palabra hablada, signo, gesto, imagen, exhibición, impresión, radiodifusión, película. Son todas las formas en las que se verifica el intercambio de ideas y en las que estas se comparten.²

De acuerdo con Clevenger y Matthews,³ la comunicación humana es la transmisión de señales y la creación de significados.

Davis Fouger⁴ define a la comunicación como el proceso por el cual las personas (*homo sapiens* u otro comunicador inteligente) construye representaciones de la realidad de tal manera que otras personas puedan interpretar dichas representaciones.

A partir del análisis de los anteriores conceptos, es posible definir a la comunicación como:

¹ Diccionario de la Real Academia Española, rae.es.

² Schramm, Wilbur. *La ciencia de la comunicación humana*. Editorial Grijalbo. México, 1991.

³ Clevenger, Jr. Theodore y Matthews, Jack. *The Speech Communication Process*. Glenview: H.H. Scott, Foresman and Co. Estados Unidos, 1971.

⁴ Fouger, Davis. *An Ecological Model of the Communication Process*. Aztl, 2004. <http://daviesfouger.info/papers/ecologicalModelOfCommunication.htm>

La comunicación es el proceso de transmisión de señales y significados en el que se intercambian y comparten ideas mediante un código común. La comunicación oral y escrita es la disciplina que estudia el proceso de comunicación verbal que se realiza mediante el habla y la escritura.



GUÍA DE ACCIÓN

Define el concepto de comunicación y su importancia en tu vida personal.

1.1.2 Características de la comunicación

Algunas de las características de la comunicación oral y escrita son:

- Es un proceso, es continua y cambia constantemente.
- Es sistemática, ocurre dentro de un sistema en el que sus elementos están interconectados e influyen unos a otros.
- Se integra por símbolos, por ejemplo, el lenguaje, el arte, la música.
- Intervienen significados, es decir, el mensaje literal y la interpretación de acuerdo con las experiencias de los interlocutores, contexto, entre otros.
- Está presente en todas partes, el ser humano siempre se comunica.
- Es inevitable, todo siempre tiene un significado, hasta el silencio.
- Es irreversible, no se puede borrar.
- Tiene un propósito u objetivo.
- Es personal, cada persona percibirá el mensaje de acuerdo con sus experiencias, creencias, valores, educación, cultura.
- Es continua y dinámica ya que cambia continuamente.
- Es interactiva, sus elementos son interdependientes y se interrelacionan para crear significados.
- Siempre existe un mensaje y relaciones interpersonales entre los participantes.
- Los signos y símbolos que se comparten en el proceso de comunicación deben ser semejantes para que se entiendan.
- El mensaje tiene significados diferentes para cada persona.¹⁰

¹⁰ Gómez, Wilbur. *La ciencia de la comunicación humana*. Editorial Grijalbo, México, 1991.



GUÍA DE ACCIÓN

Describo dos características de la comunicación y anoto un ejemplo de cada una.

1.1.3 Elementos del proceso de comunicación

La comunicación es un proceso de emisión y recepción de mensajes que comprende los siguientes elementos:

- **Emisor.** Es la fuente en la que se origina el mensaje. Es quien codifica el mensaje. También se le llama codificador.
- **Receptor.** Es la persona que recibe e interpreta el mensaje. El receptor recibe el mensaje del emisor y lo decodifica para crear un significado. Al receptor también se le denomina decodificador o destinatario.
- **Código.** Conjunto o sistema de signos, señales y reglas que se utilizan para transmitir el mensaje. Deben ser compartidos por el emisor y el receptor para que se dé el proceso de la comunicación.
- **Mensaje.** Conjunto de información o contenidos que se transmiten. Está compuesto por el código, los símbolos, el contenido y el tratamiento o estilo. El mensaje puede ser verbal o no verbal.
- **Canal.** Medio a través del cual se transmite o circula el mensaje. Por ejemplo, la computadora, el teléfono celular, la televisión, una revista o el aire en el caso de la comunicación cara a cara.

- **Retroalimentación.** Es la respuesta del receptor al emisor. Proviene en retroceso del receptor al emisor y le indica a este cómo se desarrolla su mensaje. Puede ser directa e inmediata o bien puede ser posterior a la comunicación. En este sentido, tanto el emisor como el receptor tienen funciones de codificador y decodificador de mensajes.
- **Ruido.** Interferencias que intervienen en la transmisión del mensaje. Pueden ser de varios tipos: externos, cuando se originan en el medio ambiente (sonidos, olores, gestos) e internos, cuando se originan en el emisor o en el receptor (por ejemplo, dolor, recuerdos, pensamientos). Se pueden clasificar en técnicos, psicológicos, fisiológicos, semánticos y ambientales.
- **Entorno.** Ambiente que rodea e influye en el mensaje y puede ser físico, psicológico, social, cultural o económico. Existen dos tipos de entorno: interno y externo.



FIGURA 1.2 Proceso de comunicación.⁸

En la figura 1.2 es posible observar de una manera simplificada cómo interactúan los elementos del proceso de comunicación: el emisor codifica los signos para elaborar un código y envía el mensaje a través de un canal al receptor quien a su vez decodifica el mensaje y este a su vez, retroalimenta al emisor. La retroalimentación implica una doble función de codificador-decodificador del emisor y del receptor. En cualquier etapa del proceso se pueden presentar interferencias o ruido. El contexto de la comunicación influye en los interlocutores y en la interpretación de significados,

⁸ Gráfica elaborada por la autora a partir de la creada por McEntee, Eileen: *Comunicación oral para el liderazgo en el mundo moderno*. McGraw-Hill, México, 1996.



GUÍA DE ACCIÓN

Ejemplifica el proceso de comunicación en las redes sociales.

1.1.4 Tipos de comunicación

Existen diversos criterios para clasificar la comunicación, en esta obra se estudiarán los que se presentan en la tabla 1.1:

Criterio	Tipo de comunicación
Emisor y receptor	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Intrapersonal ▪ Interpersonal ▪ Grupal ▪ Pública ▪ Masiva
Tipo de medio	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Verbal: oral y escrita ▪ No verbal: kinésica, paralingüaje, proxémica ▪ Electrónica

TABLA 1.1 Tipos de comunicación.



GUÍA DE ACCIÓN

Anota un ejemplo de cada tipo de comunicación.



LECTURA COMPLEMENTARIA

Refuerza tus conocimientos. Estudia la lectura complementaria en la página web de la obra. Elabora un resumen y entrégalo a tu profesor para comentarlo en clase.



EJERCICIOS DE REFUERZO

Aplica tus conocimientos y resuelve los ejercicios de refuerzo que se incluyen en la página web de este libro.

■ 1.2 Modelos clásicos y contemporáneos

Un modelo de comunicación es un esquema que se utiliza como referencia para ser aplicado en distintos ámbitos con el fin de optimizar el proceso de comunicación.

Los modelos de comunicación representan la estructura y elementos clave del proceso de comunicación.

1.2.1 ¿Para qué sirven los modelos de comunicación?

El estudio de los modelos de comunicación es indispensable para analizar y comprender cada uno de sus elementos con el fin de optimizarlos y lograr una comunicación efectiva. Se utilizan tanto a nivel personal como en la comunicación pública y masiva. Múltiples son los campos de aplicación de los modelos; por mencionar solo algunos: medios sociales, publicidad, mercadotecnia, gestión y sistemas. En todos los ámbitos del conocimiento, en todas las profesiones, ya sea en el sector público, privado o social se requiere el estudio de los modelos de comunicación para diseñar estrategias, planes y programas de comunicación.

La importancia de la comunicación es de tal relevancia que a lo largo de la historia de la humanidad se han creado modelos para aplicarla de la mejor manera. A continuación, se muestran los modelos clásicos y contemporáneos más representativos.

1.2.2 Modelos clásicos

Los primeros estudios referentes al proceso de comunicación surgieron con la retórica o arte de hablar en público durante la antigüedad grecolatina debido a que la democracia requería del discurso en público.

Los modelos clásicos se crean a partir de las aportaciones a la oratoria de Platón, Aristóteles, Cicerón y Quintiliano.

El modelo clásico más representativo es el de Aristóteles que se representa en la figura 1.3 y responde a las siguientes preguntas:

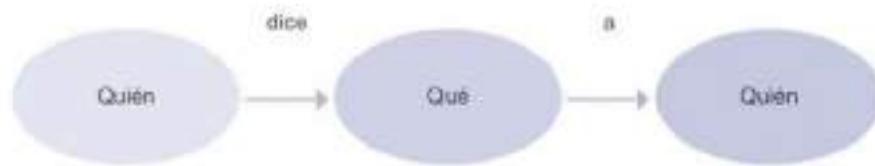


FIGURA 1.3 Preguntas que responden al modelo de comunicación de Aristóteles.

Los elementos de comunicación que corresponden a cada pregunta se muestran en la figura 1.4:



FIGURA 1.4 Elementos del modelo de comunicación de Aristóteles.

Este modelo plasma el proceso de la comunicación pública. El emisor envía un mensaje al receptor con el fin de influir en él y obtener una respuesta. Este modelo aún sigue vigente y se utiliza para hablar en público, se aplica en la emisión de discursos, seminarios y lecturas.

El modelo de Aristóteles hace énfasis en que el emisor debe preparar el mensaje y analizar a la audiencia para influirlos con el discurso o mensaje.

Es indudable la influencia de los modelos clásicos en la comunicación y en el arte de la retórica, sus principios y estrategias son el fundamento de la oratoria actual. Todos los modelos subsecuentes han sido influidos por los modelos clásicos.

1.2.3 Modelos contemporáneos

Es en el siglo xx cuando el análisis y estudio de la comunicación cobra especial importancia debido a que surgen la propaganda y la mercadotecnia como disciplinas junto con diversos avances tecnológicos como el teléfono, la televisión y los distintos medios electrónicos. Algunos de los modelos de comunicación más representativos son:

1.2.3.1 Modelo de Harold Lasswell

Este sociólogo norteamericano utilizó un método analítico de investigación. Es uno de los iniciadores del estudio de la propaganda y del análisis sistemático de la comunicación. También desarrolló el análisis del contenido científico. Elaboró un paradigma que ha constituido una de las pautas fundamentales para la investigación de la comunicación de masas en Norteamérica. En el año de 1948 Lasswell propone el siguiente modelo de comunicación a partir de estas preguntas (figura 1.5):



FIGURA 1.5 Modelo de comunicación de Harold Lasswell.⁷

El modelo de Lasswell responde a cinco preguntas: ¿quién?, ¿qué dice?, ¿en qué canal?, ¿a quién?, ¿con qué efecto?

⁷ De Marqués, M. *Sociología de la comunicación de masas. II Estructura, funciones y efectos*. Editorial GG Mass Media, México, 1986.

Cada una de estas interrogantes y elementos es objeto del estudio científico de la comunicación. Al análisis de factores que inician el acto de comunicación se le conoce como análisis de control. El análisis de contenido se enfoca en el mensaje, es decir, en el qué dicen. El estudio del canal se refiere al análisis de medios. Al estudiar al receptor se realiza un análisis de la audiencia. El estudio del impacto del mensaje se refiere al análisis de los efectos.

Los elementos del proceso de comunicación que le corresponden a cada pregunta son (figura 1.6):



FIGURA 1.6 Modelo de Lasswell con los elementos de comunicación correspondientes a cada pregunta.¹

Este modelo se aplica a todos los tipos de comunicación, su principal limitación es que no menciona la retroalimentación, las relaciones entre el emisor y el receptor, ni el ruido.

1.2.3.2 Modelo de Shannon y Weaver

En el año de 1949 Shannon y Weaver crearon un modelo de comunicación matemático (figura 1.7). Es un modelo lineal que va en un solo sentido, no existe retroalimentación, es sencillo y técnico, la fuente es un factor predominante y considera que el ruido es un factor disfuncional que afecta la comunicación. Establece cinco funciones del proceso de comunicación, así como un agente disfuncional: el ruido.



FIGURA 1.7 Modelo de comunicación de Shannon y Weaver.²

¹ McQuail, Denis y Windahl, Sven. *Communication Models for the Study of Mass Communication*. Routledge. Estados Unidos, 2013.

² Idem.

En este modelo la fuente de información es una persona que crea el mensaje y es transformado en señales por el transmisor (instrumento de comunicación: teléfono). Estas señales deben ser adaptadas por el canal (el canal es la caja pequeña del esquema y se refiere al aire, electricidad, luz, ondas de radio) para que llegue al receptor. La función del receptor es la opuesta a la del transmisor. Para Shannon el receptor es el teléfono, en el caso de la comunicación cara a cara son los oídos y los ojos. El receptor reconstruye el mensaje a partir de las señales y el mensaje recibido se envía al destinatario. En este proceso el mensaje puede ser interferido por el ruido que puede originar diferencia entre el mensaje transmitido y el recibido originando una falla en el proceso de comunicación.

El modelo de Shannon y Weaver se enfoca en el medio como transmisor del mensaje y en las señales que pueden ser interrumpidas por el ruido que es un agente externo.

1.2.3.3. Modelo de Braddock basado en el modelo de Lasswell

Con base en el modelo de Lasswell, en el año de 1958, Braddock adiciona al modelo de Lasswell tres preguntas (figura 1.8):



FIGURA 1.8 Modelo de Braddock.¹¹

1.2.3.4. Modelo de Tuba de Schramm

Wilbur Schramm en el año de 1959 elaboró el llamado modelo de Tuba de Schramm debido a que tiene la forma de dicho instrumento musical.

Este modelo (figura 1.9) analiza la comunicación de masas, presenta cómo se elaboran los mensajes, se transmiten por los medios de comunicación y son recibidos por grupos en los que existen líderes que refuerzan los mensajes y cada integrante los descifra de acuerdo con sus intereses. El grupo actúa como canal de información, como base de apoyo social y fuente de presión para adaptarse al modo de pensar y actuar de los receptores.

¹¹ Naruto, Ump. *Handbook of Communication Models, Perspectives, Strategies*. Atlantic Publishers & Distributors. Estados Unidos, 2006.

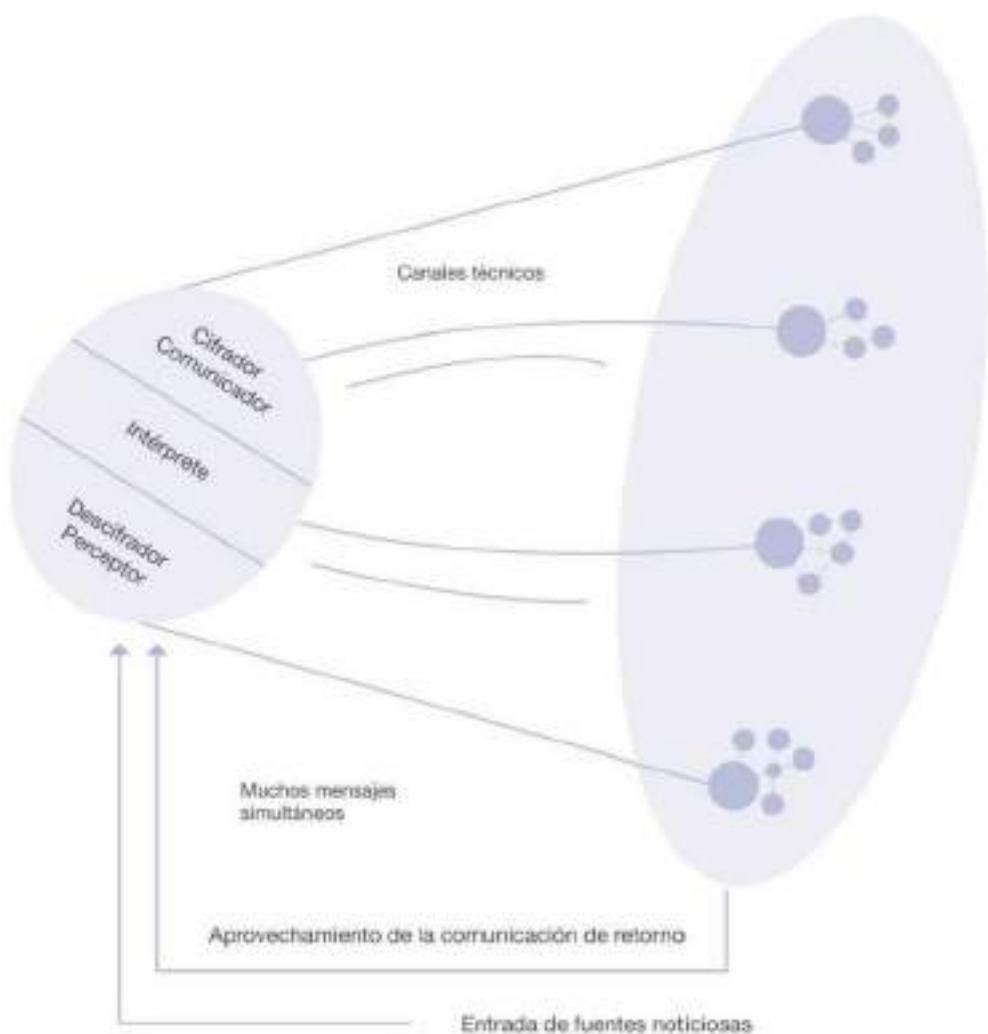


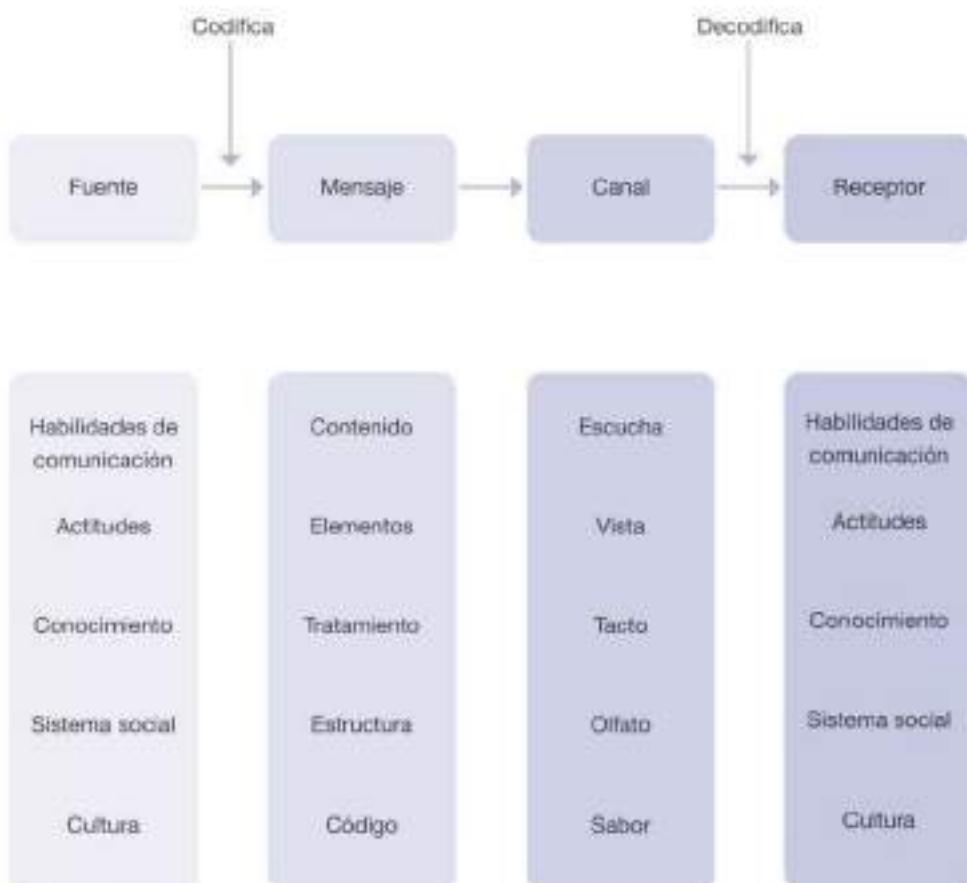
FIGURA 1.9 Diagrama de la comunicación colectiva. Tuba de Schramm.¹¹

1.2.3.5 Modelo de David Berlo

En 1960, David Berlo crea el modelo SMCR: Sender-Message-Channel-Receiver, que traducido al español significa Fuente-Mensaje-Canal-Receptor (figura 1.10). Este modelo toma como base el modelo de Shannon y Weaver. Consta de cuatro elementos principales que tienen a su vez componentes que afectan el proceso de comunicación.

El modelo de David Berlo postula que para que el proceso de comunicación sea efectivo las habilidades de comunicación de la fuente y del receptor deben ser similares.

¹¹ Camacho Muñoz, Raúl y Rodríguez Gómez, Óscar. *Comunicaciones sobre la enseñanza de la comunicación*. Universidad Autónoma de San Luis Potosí, México, 1998.

FIGURA 1.10. Modelo de David Berlo.²²

- La fuente es donde se origina el mensaje y tiene los siguientes elementos: habilidades de comunicación (leer, escribir, hablar), la actitud (hacia la audiencia, el receptor, hacia sí mismo); conocimiento del tema; sistema social (es donde se lleva a cabo la comunicación); cultura.
- La codificación se refiere a la acción de la fuente para adecuar el mensaje.
- El mensaje es el código que se va a transmitir e incluye en su contenido elementos como lenguaje, gestos, música, cultura; el tratamiento del mensaje que se refiere a la forma en que el mensaje es transferido; la estructura es la manera en que está armado, su secuencia; el código se refiere al cómo es enviado y en qué forma: lenguaje, gesto, música, por ejemplo.
- El canal hace referencia a los cinco sentidos.
- El receptor tiene los mismos elementos que la fuente.

La desventaja de este modelo es que no considera la retroalimentación y no menciona las barreras que pueden existir en la comunicación, es un modelo lineal.

²²Amudavalli, A., University of Madras. [Http://spgo.infibnet.ac.in](http://spgo.infibnet.ac.in)

1.2.3.6 Modelo de DeFleur basado en el modelo de Shannon y Weaver

A partir del modelo de Shannon y Weaver, en el año 1970, DeFleur desarrolló el siguiente modelo (figura 1.11):

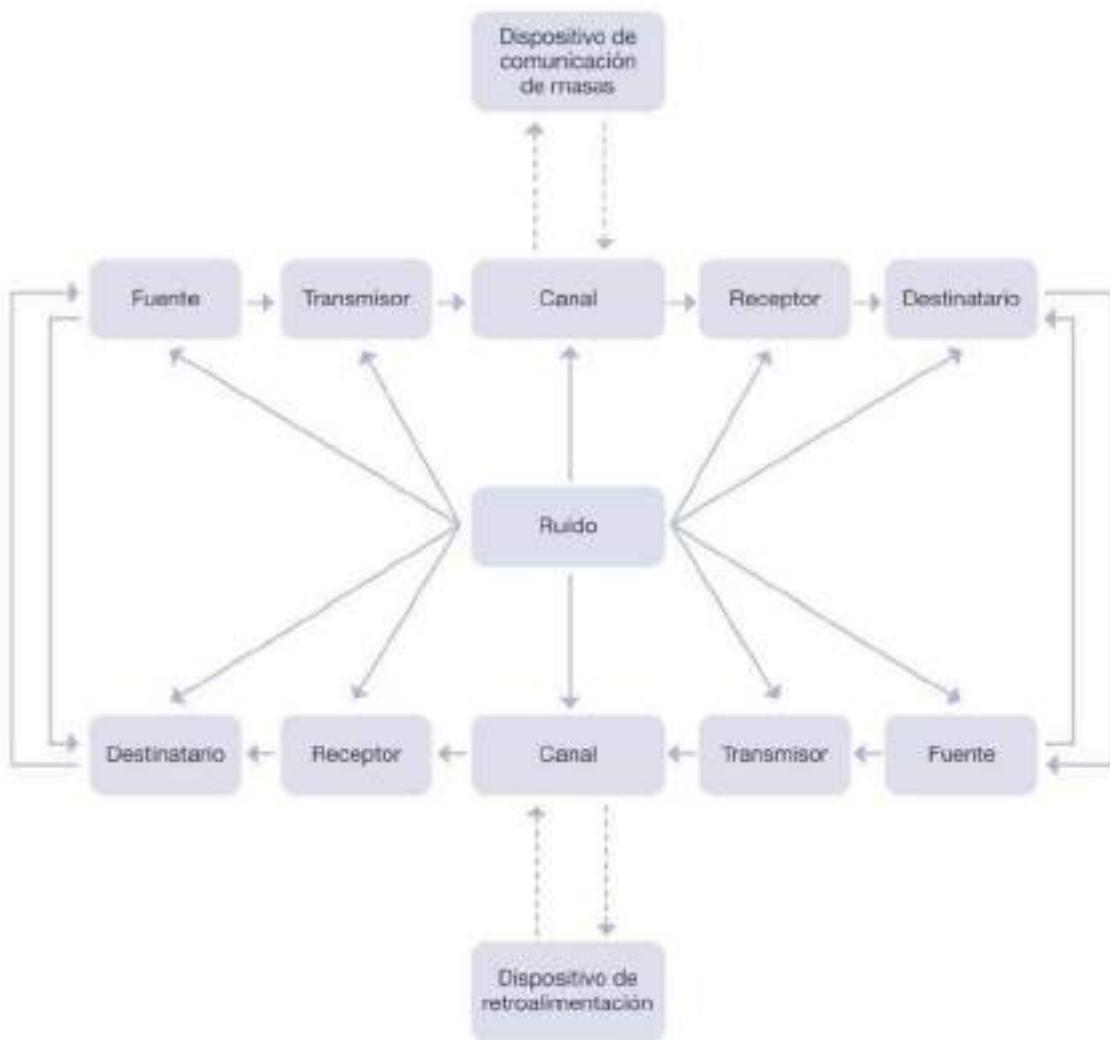


FIGURA 1.11 Modelo de DeFleur basado en el modelo de Shannon y Weaver.

Este modelo se enfoca en la correspondencia entre el significado del mensaje producido y el recibido. En el proceso de comunicación el significado es transformado en un mensaje y describe cómo el transmisor cambia el mensaje en información que se transmite a través de un canal o medio de comunicación. El receptor decodifica la información en un mensaje que es transformado por el destinatario en un significado.

DeFleur añade el elemento de retroalimentación al modelo de Shannon y Weaver. Si hay correspondencia entre los dos significados entonces el proceso de comunicación se ha cumplido exitosamente.

1.2.4 Modelos de comunicación del siglo xxi

1.2.4.1 Modelo ecológico de Davis Foulger

En el año 2004, Davis Foulger presenta el modelo ecológico (figura 1.12) que incluye la interacción entre los mensajes, el lenguaje y los medios de comunicación.

Se convierten en creadores cuando responden o proporcionan comentarios

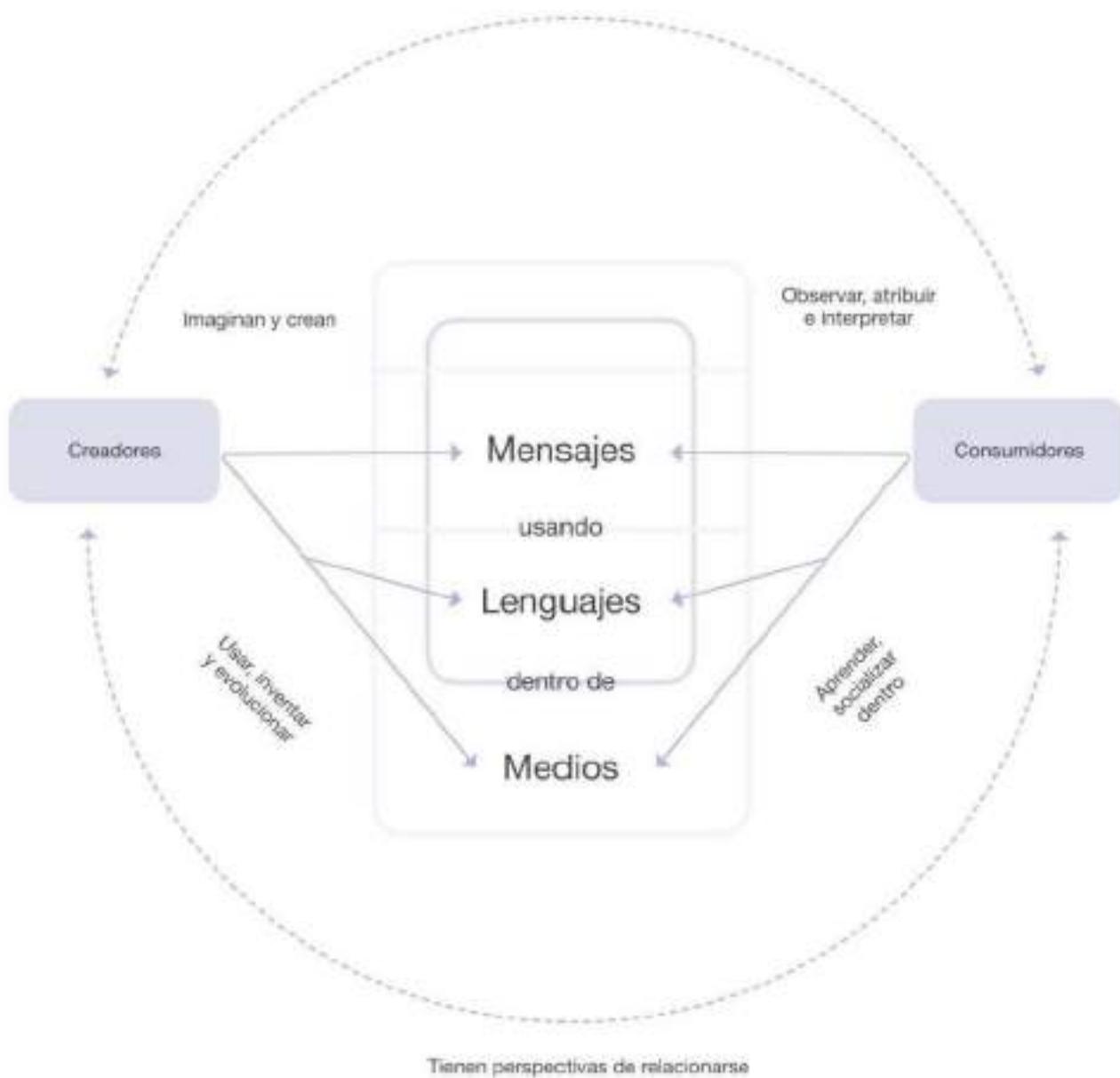


FIGURA 1.12 *Modelo ecológico del proceso de comunicación.¹²*

¹² Foulger, Davis, op.cit.

De acuerdo con Davis Foulger, este modelo muestra diez relaciones:

1. Los mensajes son creados y consumidos haciendo uso del lenguaje.
2. El lenguaje ocurre dentro del contexto de los medios.
3. Los mensajes son construidos y consumidos dentro del contexto de los medios.
4. Los creadores y consumidores tienen un rol reflexivo ya que la retroalimentación origina que tengan ambos roles.
5. Los roles del creador y del consumidor son introspectivos debido a que crean mensajes dentro de un contexto conforme a sus perspectivas de relacionarse con el consumidor del mensaje y a su vez los consumidores reciben el mensaje de acuerdo con las perspectivas que tienen de relacionarse con el creador del mensaje. Los creadores optimizan el mensaje conforme a su audiencia. Los consumidores crean el significado del mensaje de acuerdo con la opinión que tienen del creador del mensaje. La gente crea estas perspectivas y relaciones como una función dentro de su comunicación.
6. El mensaje creado es una representación parcial e imperfecta del mensaje que el emisor realmente quiere decir.
7. La interpretación del mensaje por parte del consumidor puede ser distinta a lo que se imaginó el creador del mensaje.
8. El lenguaje que utilizan los participantes casi siempre debe ser el mismo. El lenguaje se comunica a través de un medio.
9. La gente aprende medios a través de su uso. Los medios que utilicen en el proceso de comunicación deben ser iguales para ambas partes.
10. La gente inventa y evoluciona los medios.

La comunicación es un conjunto de interacciones complejas entre sus participantes: mensajes, gente (creadores y consumidores), lenguajes y medios.

Los mensajes son la figura central del modelo de Davis Foulger y el producto fundamental del proceso de comunicación que resulta de la interacción entre los participantes, el lenguaje y los medios.

Otros productos que surgen a partir de los mensajes creados son la observación, aprendizaje, interpretación, socialización, atribución, perspectivas y relaciones.

Este modelo muestra a la gente comunicándose por medio de mensajes que son creados y consumidos utilizando el lenguaje a través de un medio. Los lenguajes y el medio son aprendidos y creados. Los efectos del mensaje incluyen las relaciones, perspectivas, atribuciones, interpretaciones y continua evolución de los lenguajes y los medios.

1.2.4.2 Inteligencia artificial y comunicación

Los grandes adelantos tecnológicos y científicos del siglo XX han influido de manera radical en la comunicación. Uno de los avances más importantes es la inteligencia artificial (IA), integrada por sistemas que simulan la inteligencia humana y el funcionamiento del cerebro comunicados por redes neuronales artificiales y que acumulan grandes cantidades de datos. Algunos sistemas de inteligencia artificial se muestran en la figura 1.13:



FIGURA 1.13 Inteligencia artificial y comunicación.

El modelo de comunicación propuesto por la autora que involucra a la inteligencia artificial es el siguiente.

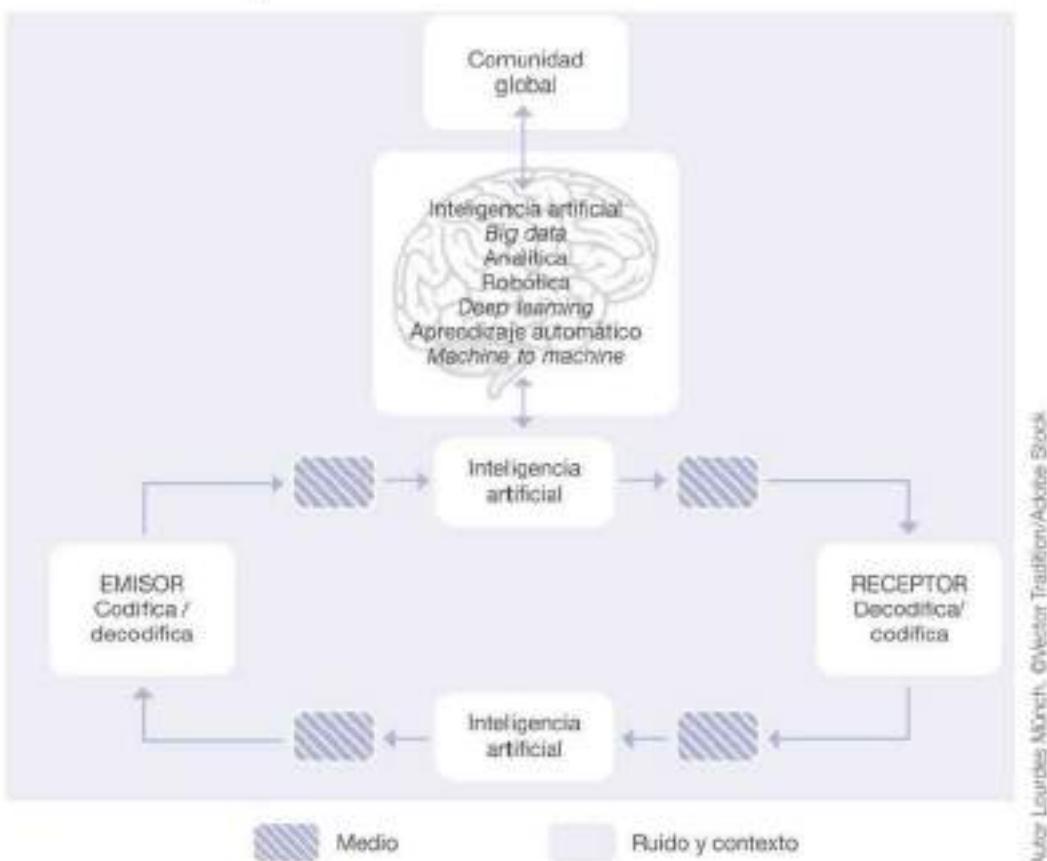


FIGURA 1.14 Modelo de inteligencia artificial y comunicación propuesto por Mönch.

A manera de ejemplo se explica el proceso de comunicación entre un usuario y una red social. En la figura 1.14 es posible apreciar que el usuario o emisor proporciona sus datos a una red social. Estos son decodificados por la inteligencia artificial que inmediatamente le proporciona una respuesta al subir su información. El proceso de comunicación no concluye ahí porque el sistema de inteligencia artificial a su vez proporciona esta información para que se categorice, segmente, clasifique a otro sistema de inteligencia artificial para que la empresa de medios sociales pueda utilizar estos datos para fines de análisis empresarial. Estos grandes volúmenes de datos ya segmentados y analizados se venden a las empresas y organizaciones del sector público, privado y social con la finalidad de que conozcan el comportamiento de la población y/o consumidor y a su vez se utilicen; esta retroalimentación le llega al destinatario en forma de publicidad de manera automática pasando por todo el proceso de comunicación.



GUÍA DE ACCIÓN

Explica cómo se ha modificado el proceso de comunicación mediante la inteligencia artificial y las nuevas tecnologías. Describe dos ejemplos.



LECTURA COMPLEMENTARIA

Refuerza tus conocimientos. Estudia la lectura complementaria en la página web de la obra. Elabora un resumen y entrégalo a tu profesor para comentarlo en clase.



EJERCICIOS DE REFUERZO

Aplica tus conocimientos y resuelve los ejercicios de refuerzo que se incluyen en la página web de este libro.

■ 1.3 La comunicación intrapersonal, interpersonal y grupal

De acuerdo con el ámbito en el que se efectúe existen tres niveles de comunicación: intrapersonal, interpersonal y comunicación social o grupal.

1.3.1 Comunicación intrapersonal

La comunicación intrapersonal es la que se efectúa con nosotros mismos, comprende nuestras ideas, pensamientos y sentimientos.



©dimitarjegov/Adobe Stock

En este tipo de comunicación la persona recibe las señales que representan las propias sensaciones o sentimientos. Es la base de todos los niveles de comunicación ya que sin esta los demás niveles no pueden ocurrir.

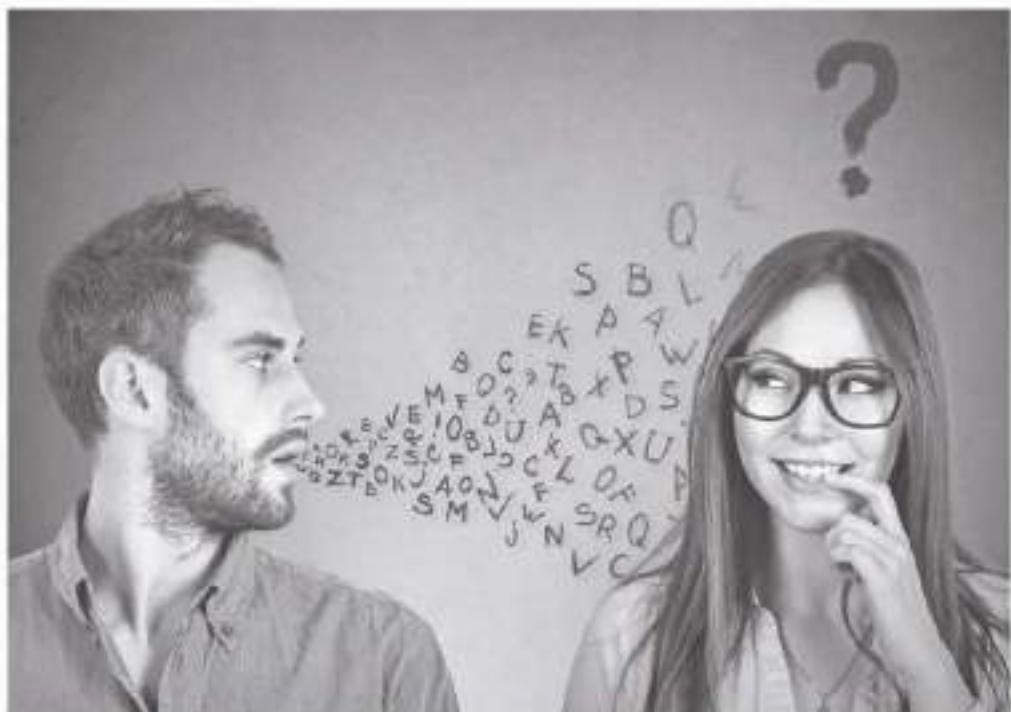
En la comunicación intrapersonal influyen dos factores muy importantes: el autoconcepto, que es la percepción que cada persona tiene de sí misma y la autorevelación, que se refiere a la cantidad de información personal y privada que las personas

comunican de ellas mismas a otras personas. La autorrevelación sirve para que el individuo esté consciente de su entorno.

1.3.2 Comunicación interpersonal

La comunicación interpersonal se efectúa entre dos personas mediante el diálogo.

Puede ser cara a cara (directa) o bien a través de un medio de comunicación (indirecta) por ejemplo, cuando dos personas hablan a través del teléfono celular. Este tipo de comunicación la practicamos casi la mayor parte del tiempo y se caracteriza por ser dinámica y espontánea.



©pathb63/Adobe Stock

Las formas más comunes de comunicación interpersonal son la conversación, el diálogo y la entrevista. Para que la comunicación interpersonal sea exitosa las personas deben saber escuchar, compartir, comprometerse e interactuar reciprocamente. El propósito de la comunicación interpersonal puede ser social o utilitario.

1.3.3 Comunicación grupal



©Vladimir Shulha/Adobe Stock

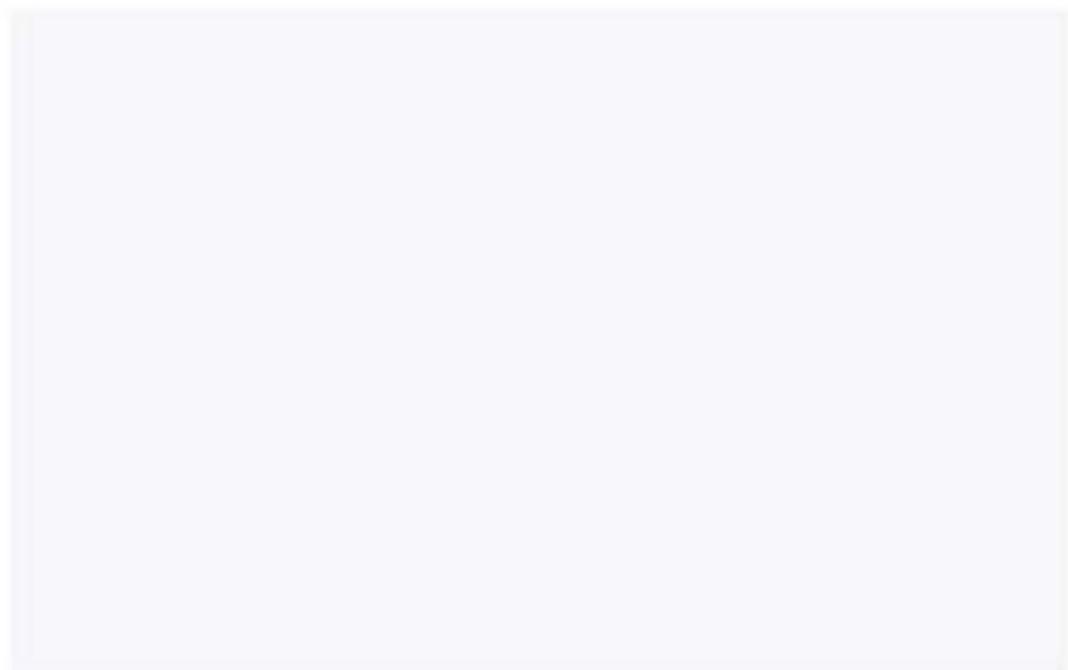
La comunicación grupal es aquella que existe entre tres o más personas.

Se le llama grupo pequeño cuando la comunicación se efectúa entre tres y siete personas y comunicación en público cuando se presenta el mensaje ante un grupo de más de siete personas (McEntee, 2001).



GUÍA DE ACCIÓN

Explica la importancia de la comunicación interpersonal e intrapersonal en tu vida personal y en tu desempeño profesional. Ejemplifica cada una de ellas.



LECTURA COMPLEMENTARIA

Refuerza tus conocimientos. Estudia la lectura complementaria en la página web de la obra. Elabora un resumen y entrégalo a tu profesor para comentarlo en clase.



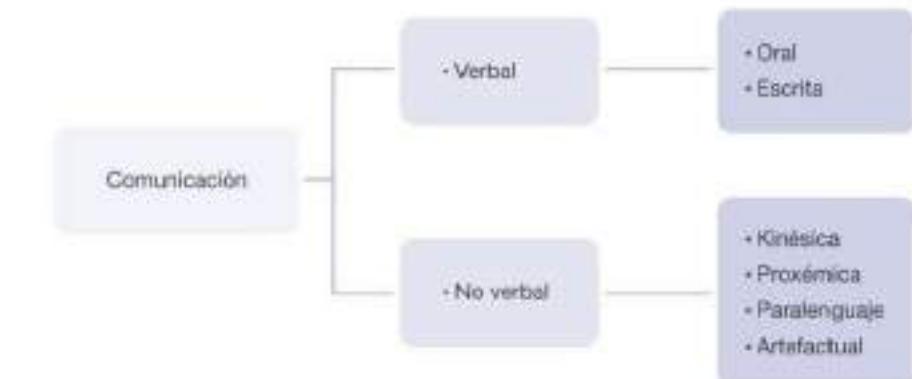
EJERCICIOS DE REFUERZO

Aplica tus conocimientos y resuelve los ejercicios de refuerzo que se incluyen en la página web de este libro.

■ 1.4 La comunicación verbal y no verbal. Definición, similitudes y diferencias

1.4.1 Comunicación verbal

La comunicación verbal tiene su fundamento en la palabra y puede ser oral o escrita, se caracteriza por el uso del lenguaje, crea significados en la mente del receptor, involucra la percepción e interpretación, es subjetiva al igual que la comunicación no verbal.

**FIGURA 1.15** Comunicación verbal y no verbal.

Los significados de la palabra pueden ser denotativos o connotativos. Denotativo se refiere a la interpretación que le da una comunidad a dicha palabra. El significado connotativo es el significado privado o personal de las personas que la usan o la escuchan y puede propiciar errores de comunicación y malinterpretación.

1.4.2 Comunicación oral

La comunicación oral se realiza mediante el habla.



Gremmyan/Adobe Stock

1.4.3 Comunicación escrita

Se utiliza la escritura y se expresa por medio de signos o símbolos (jeroglífico, alfabeto, logotipo, siglas).

Las características de la comunicación escrita son:

- Utiliza signos lingüísticos.
- Se puede revisar y corregir antes de que sea transmitida.
- Es razonada.
- El proceso de retroalimentación es lento.
- Es más fría que la comunicación oral.

Requiere reunir los siguientes requisitos: ser precisa, concisa, cuidar la sintaxis y las reglas de puntuación y ortografía. Se utiliza para transmitir hechos, opiniones e información compleja.¹⁴

1.4.4 Comunicación no verbal

La comunicación no verbal se realiza a partir de mensajes no lingüísticos.

Se realiza por medio de signos visuales, auditivos y sensoriales. Los signos pueden ser gestos, movimientos, postura, mirada, tono de voz, orientación, vestuario, distancia, entre otros.

La comunicación no verbal es de gran importancia ya que complementa a la comunicación verbal.

La comunicación no verbal puede ser kinésica, paralenguaje, proxémica y artefactual.

- **Kinésica.** Se refiere al movimiento corporal.

La kinésica estudia los gestos, movimientos, expresiones faciales, el tacto, la mirada.

¹⁴ Fonseca, María del Socorro et al. *Comunicación oral y escrita*. Editorial Pearson, México, 2011.



©Björn/AleStock

- **Paralenguaje.**

Son los mensajes producidos por la voz: sonidos, vocalizaciones, pausas, calidad de la voz.

Este tipo de mensaje no verbal hace referencia al estado emocional del emisor, su actitud hacia el receptor, sus características físicas y su personalidad. Las vocalizaciones pueden ser caracterizaciones vocales (reír, bostezar, chiflar, murmurar, susurrar, gritar, llorar); calificativos vocales como lo son el volumen muy alto o bajo y la velocidad muy lenta o muy rápida; los segregados vocales son vocalizaciones como ah, oh, um, etcétera.



©mash1305/AleStock

- **Proxémica.**

Es la utilización del espacio como medio de expresión de mensajes no verbales.

Existen cuatro tipos de distancia interpersonal:¹⁰ la íntima (de 0 a 0.5 m), la personal (de 0.5 a 1.2 m), la social (de 1.5 a 3.5 m) y la pública (3.5 m en adelante).



monicaenx/Adobe Stock

La proxémica también estudia la territorialidad y es la identificación de un grupo de personas en un espacio de tal forma que señala su posesión y titularidad sobre él. Se reconocen tres tipos de territorios: primarios (objetos, áreas, eventos, ideas que el individuo posee); secundarios (objetos que no son de la propiedad del individuo pero que ha usado); públicos (son accesibles para la mayoría de las personas). La territorialidad implica que esta puede ser transgredida y la persona puede reaccionar defendiendo su territorio, aislándose, es decir, poner barreras, utilizar comunicación secreta o retirarse si el invasor es muy fuerte.

- **Artefactual.** Este tipo de comunicación no verbal se refiere a las artes visuales, mobiliario, vestuario y arreglo personal.

1.4.4.1 Características de la comunicación no verbal

La comunicación no verbal en ocasiones tiene la función de reforzar el mensaje verbal, o también se utiliza para sustituirlo, contradecirlo o repetirlo.

Existen reglas de comunicación no verbal impuestas por la sociedad y que cambian con el tiempo, por ejemplo, guardar silencio cuando otra persona habla; evitar señalar con el dedo; evitar bostezar cuando otra persona está hablando.

El significado del mensaje no verbal está determinado por las condiciones externas que lo rodean, es decir, el contexto, y su interpretación puede variar de una persona a otra. Por ejemplo, cuando una persona se ríe, pueden existir varias interpretaciones, tal vez se está riendo de un chiste, se acordó de algo gracioso o está nerviosa.

¹⁰ Edward T. Hall en McEntee, Eileen. Comunicación oral para el desarrollo del mundo moderno. McGraw-Hill. México, 2001.

La comunicación verbal y no verbal normalmente se utilizan al mismo tiempo y, por lo general, la comunicación no verbal complementa a la comunicación verbal (tabla 1.2). Los sistemas de comunicación no verbal se componen de lenguaje corporal y lenguaje icónico.

Concepto	Definición
Comunicación verbal	Es la comunicación que se da a través del habla o de la escritura.
Comunicación no verbal	La comunicación no verbal se realiza a través de mensajes no lingüísticos.
Similitudes entre la comunicación verbal y la no verbal	
<ul style="list-style-type: none"> • Transmiten un mensaje. • Hay presencia de emisor y receptor. • Creen significados en la mente del receptor. • Utilizan canales para transmitir el mensaje. • Se utilizan al mismo tiempo para generar un efecto determinado. 	
Diferencias	
Comunicación verbal	Comunicación no verbal
Utiliza palabras orales o escritas.	No utiliza palabras.
Tipos de comunicación: oral y escrita.	Tipos de comunicación no verbal: kinésica, paralingüaje, proxémica, artefactual.
Estructurada.	Carece de estructura formal.
Menor posibilidad de distorsionar la información, de confusión o entender mal el mensaje.	Mayor posibilidad de distorsionar la información, de confusión o malinterpretar el mensaje.
Comienza y termina con palabras.	Continúa hasta que alcanza el propósito.
Utiliza como medio de comunicación el oído (cara a cara), teléfono, televisión, móviles, computadoras.	Sus medios de comunicación son las expresiones faciales, lenguaje corporal, gestos, silencio.
Mayor consistencia.	Menor consistencia.
No siempre requiere la presencia de los participantes en el mismo lugar.	
El mensaje puede ser entendido claramente y la retroalimentación puede ser inmediata.	Es útil para entender emociones, estatus, estilos de vida y sentimientos.

TABLA 1.2 Concepto, similitudes y diferencias de la comunicación verbal y no verbal.



GUÍA DE ACCIÓN

En clase, explica en un periodo no mayor de dos minutos, mediante lenguaje no verbal la importancia de la comunicación.



LECTURA COMPLEMENTARIA

Refuerza tus conocimientos. Estudia la lectura complementaria en la página web de la obra. Elabora un resumen y entrégalos a tu profesor para comentarlo en clase.



EJERCICIOS DE REFUERZO

Aplica tus conocimientos y resuelve los ejercicios de refuerzo que se incluyen en la página web de este libro.



EVALUACIÓN SUMATIVA



I. AUTOEVALUACIÓN

Instrucciones: Anota una V si la aseveración es verdadera y una F si es falsa.

1. La comunicación surgió con la aparición del lenguaje. ()
2. El avance de la civilización se ha logrado gracias a la comunicación. ()
3. La comunicación es el proceso de intercambio de información entre emisor y receptor. ()
4. La comunicación implica que tanto emisor como receptor tengan el mismo código. ()
5. La comunicación es un proceso ya que es continua y cambia constantemente. ()
6. La comunicación no es sistemática. ()
7. El proceso de comunicación tiene un propósito. ()
8. La comunicación es inevitable y reversible. ()
9. El emisor es la persona que recibe el mensaje. ()
10. El emisor es quien decodifica el mensaje. ()
11. El receptor es quien codifica el mensaje. ()
12. Al receptor también se le denomina destinatario. ()
13. El código debe ser compartido por el emisor y el receptor para que se logre el proceso de comunicación correctamente. ()
14. El mensaje es el conjunto de información que se transmite. ()
15. El canal es el medio a través del cual circula el mensaje. ()
16. En el caso de la comunicación cara a cara el aire es el canal de comunicación. ()
17. La retroalimentación es la información que proviene en retroceso del emisor al receptor. ()
18. El emisor siempre tiene la función de decodificador de mensajes. ()
19. El ruido puede ser interno o externo. ()
20. El entorno es el ambiente que rodea el mensaje. ()



II. AUTOEVALUACIÓN EN LÍNEA

Comprueba tus avances y resuelve la autoevaluación de la página web de este libro.



III. CRUCIGRAMA

Resuelve el crucigrama que se presenta en la página web de esta obra.



IV. GAMIFICACIÓN

Ingrésa al sitio web de este libro. Diviértete y aprende con los contenidos que estudiaste en este capítulo.



V. PODCAST

Conoce el podcast de este capítulo que está en la página web. ¡Te encantará!



VI. CONCLUSIONES Y APRENDIZAJES

1. Anota cuatro conclusiones importantes que hayas obtenido del estudio de este capítulo.
2. Anota cuatro aprendizajes de los temas estudiados en este capítulo.
3. En clase, comenta frente al grupo tus conclusiones y aprendizajes en un periodo no mayor a tres minutos.



ENSAYO Y PRESENTACIÓN AUDIOVISUAL

Elabora un ensayo corto en el que apliques los conocimientos adquiridos en este capítulo y presentalo de manera oral en clase.



ENTREGABLES

En la plataforma resuelve la sección de "Entregables" para este capítulo.



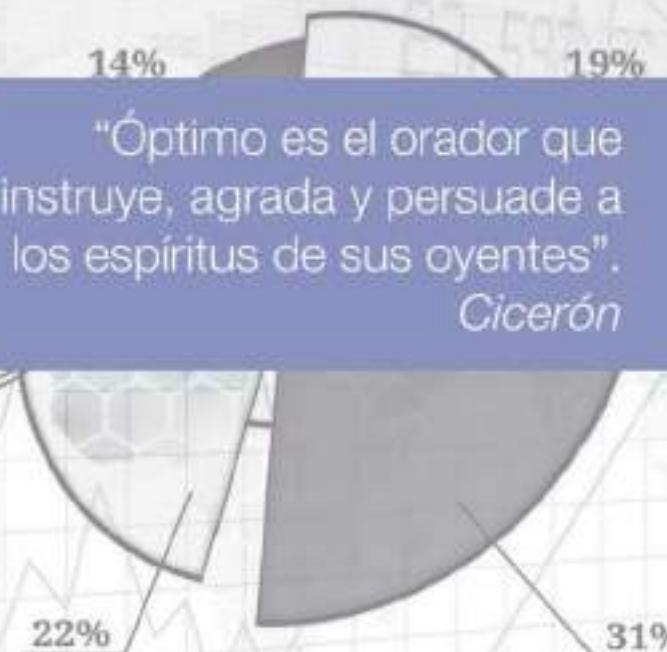
CAPÍTULO 2

LA COMUNICACIÓN EN PÚBLICO



"Óptimo es el orador que instruye, agrada y persuade a los espíritus de sus oyentes".

Cicerón



31%

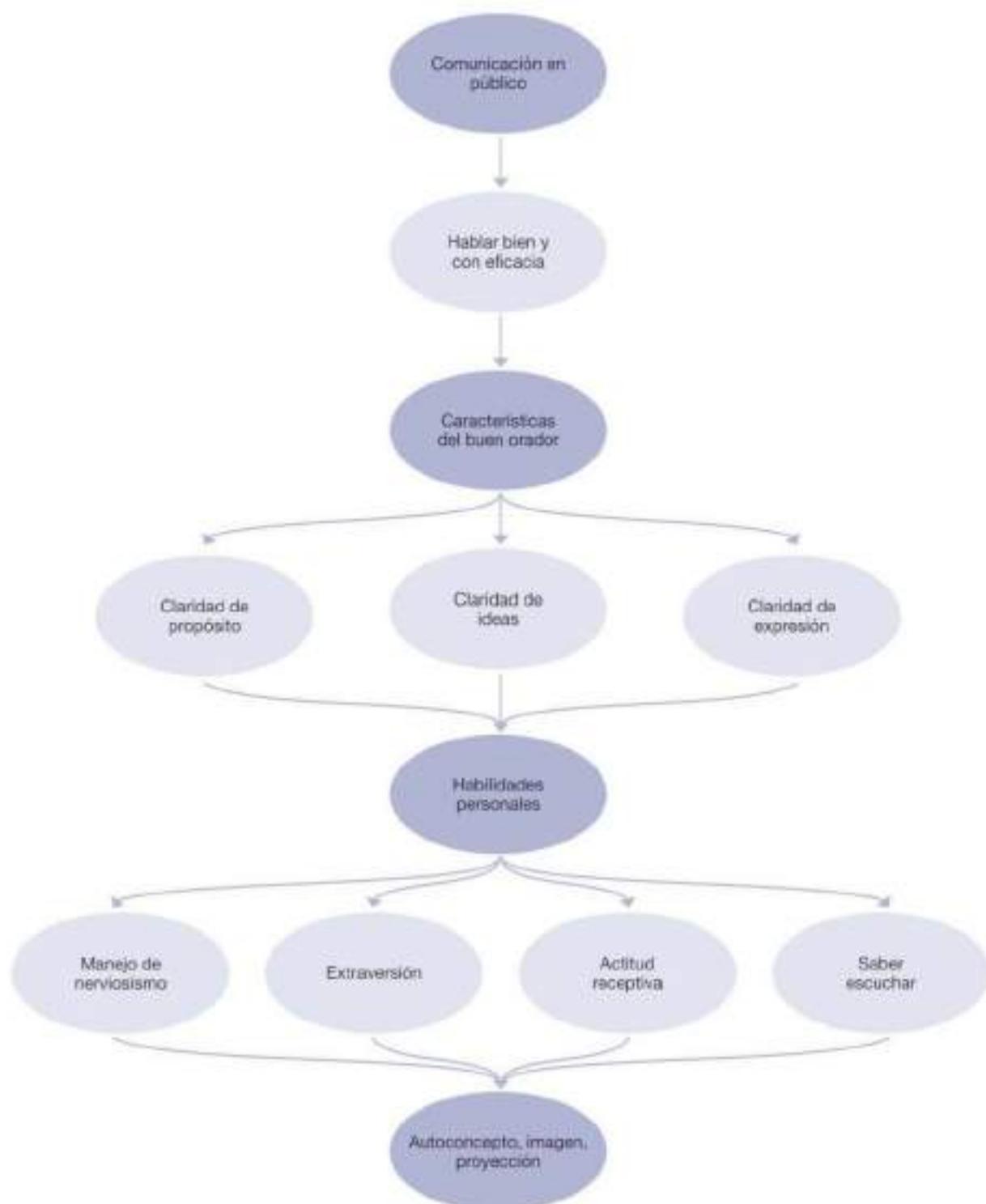
22%

19%

14%

El lector desarrollará habilidades para:

- Analizar la importancia de hablar bien y con eficacia.
- Identificar las características de la comunicación oral eficaz.
- Describir las características de un buen orador.
- Analizar en qué consisten la claridad de propósito, la claridad de ideas y la claridad de expresión.
- Aplicar la claridad de propósito, de ideas y de expresión en la comunicación oral.
- Utilizar técnicas para el manejo del nerviosismo.
- Mostrar una actitud receptiva y extrovertida.
- Aplicar principios para saber escuchar.
- Fortalecer su autoestima, imagen y proyección para aplicarlas en el proceso de comunicación oral.



■ 2.1 Hablar bien y con eficacia

Para hablar bien y con eficacia generalmente se utilizan los principios de oratoria de los autores clásicos entre los que destacan Platón, Cicerón, Quintiliano y Aristóteles.

Platón (427 a.C.-347 a.C., Grecia)

En los diálogos de Platón, *Gorgias* o de la *Retórica*, se aprecia la necesidad de las habilidades retóricas y de las virtudes del orador.

Cicerón (106 a.C.-43 a.C., Italia)

En Roma, Cicerón profundiza en el estudio de la oratoria con tres obras: *Sobre la invención*, *Acerca del orador* y *El orador*, en donde conceptualiza a la retórica como un saber benéfico para la sociedad y detalla las características de esta disciplina y los requisitos del discurso y el perfil del orador.

Quintiliano (35 d.C., España-100 d.C., Roma)

En el siglo I, de nuestra era, este autor considera que la oratoria es determinante como disciplina. En su obra *Instituciones oratorias* presenta un amplio estudio acerca del contenido, la estructura y la forma del discurso, así como las estrategias de exposición del orador. Propone cuidar la estilística en la comunicación verbal y no verbal. Estas reglas siguen aún vigentes en esta época.



©Erica Guilherme-Nachefu/Adobe Stock

Aristóteles (384 a.C.-322 a.C., Grecia)

Aristóteles fue un filósofo griego que puede ser considerado como uno de los fundadores de la retórica u oratoria. Alrededor del siglo IV a.C. en su obra *Retórica* presenta como objetivo principal de la comunicación la persuasión. Concede a esta disciplina un valor formal. Postula la importancia del discurso y los elementos que intervienen en este: el emisor, el mensaje y el receptor. Considera que la principal aspiración del orador es dominar la dialéctica y la persuasión para lograr la receptividad del que escucha. Destaca la importancia de la honestidad y del prestigio del orador.

Por lo tanto, para hablar bien y con eficacia es necesario considerar los tres propósitos de la oratoria (figura 2.1):



FIGURA 2.1 Propósitos del discurso.

- **Informar-enseñar.** Los propósitos del discurso y de la comunicación en público son enseñar e informar.
- **Deleitar.** El aburrimiento es el enemigo del orador, por eso una exposición o un discurso debe captar y mantener la atención. Para ello es necesario prepararse, dominar el tema, ejercitarse, así como leer y escribir mucho con la finalidad de enriquecer el lenguaje para lograr una expresión que agrade a los oyentes.
- **Persuadir.** Se refiere a que mediante el discurso o la exposición oral de un tema se induzca o persuada al auditorio a creer o hacer algo. La persuasión potencia los recursos de una persona al hablar.

Lo ideal es que un discurso cumpla con estos requisitos, sin embargo, dependiendo del tipo de mensaje, en ocasiones no se cumplen todos. Por ejemplo, para exponer una clase, el objetivo primordial es enseñar, sin embargo, el maestro requiere también deleitar a los alumnos con su exposición para evitar el aburrimiento, además de persuadirlos para lograr los objetivos de aprendizaje. En una presentación de ventas el principal objetivo es persuadir a los oyentes para que compren un artículo.

2.1.1 ¿Para qué sirve hablar bien?

Múltiples son las ventajas de hablar bien y con eficacia. Algunas de las más importantes son:

- a) En el ámbito laboral o profesional es posible persuadir, enseñar, informar o deleitar a los oyentes.
- b) Mediante la práctica de la comunicación en público se fortalecen habilidades de liderazgo y manejo de grupos.

- c) Desarrolla habilidades para participar en negociaciones de manera exitosa.
- d) Mejora nuestras relaciones interpersonales mediante una comunicación efectiva.
- e) Es indispensable para preparar correctamente exposiciones, presentaciones y conferencias en el ámbito laboral y profesional, así como discursos para ocasiones memorables, por ejemplo, bodas, bautizos, graduaciones.
- f) Favorece la participación en distintos ámbitos: político, laboral, familiar, jurídico, profesional.

Para hablar bien es necesario practicar, pero también leer y leer mucho.

Hablar bien y con eficacia requiere de entrenamiento.

Además de la literatura técnica y profesional es necesario leer distintos tipos de literatura como novela y poesía, lo que permite aprender figuras literarias y enriquecer el vocabulario.

Es importante considerar los modelos de comunicación para hablar bien y con eficacia. De acuerdo con los elementos que se estudiaron en el capítulo 1, las características indispensables para hablar bien y con eficacia son las siguientes (figura 2.2):

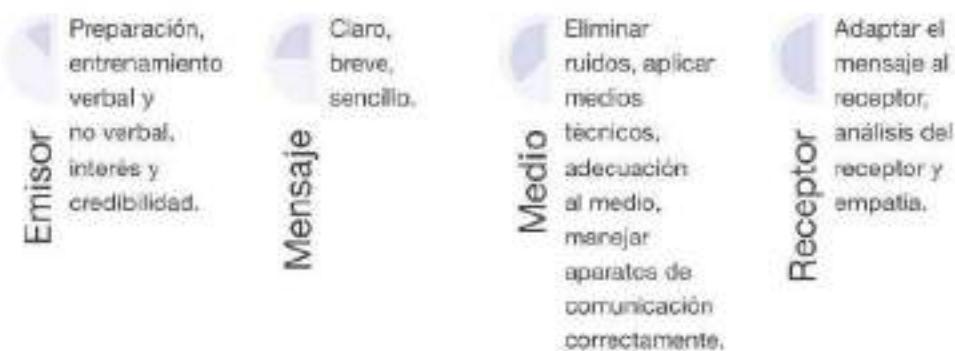


FIGURA 2.2 Requisitos para hablar bien y con eficacia



GUÍA DE ACCIÓN

Anota tres ventajas de hablar bien y con eficacia y coméntalas en clase en un lapso no mayor de dos minutos.

a) En tu vida personal.

b) En tu vida profesional.

**LECTURA COMPLEMENTARIA**

Refuerza tus conocimientos. Estudia la lectura complementaria en la página web de la obra. Elabora un resumen y entrégalo a tu profesor para comentarlo en clase.

**EJERCICIOS DE REFUERZO**

Aplica tus conocimientos y resuelve los ejercicios de refuerzo que se incluyen en la página web de este libro.

■ 2.2 Características del buen orador

La virtud por excelencia en la comunicación oral y escrita es la claridad.

La claridad implica pureza, concisión y sencillez en el lenguaje, orden en las ideas y tener la habilidad para expresarlas de tal forma que el público a quien nos dirigimos entienda perfectamente el mensaje.

Las características que requiere desarrollar el buen orador son conocidas como las 3 C (figura 2.3):

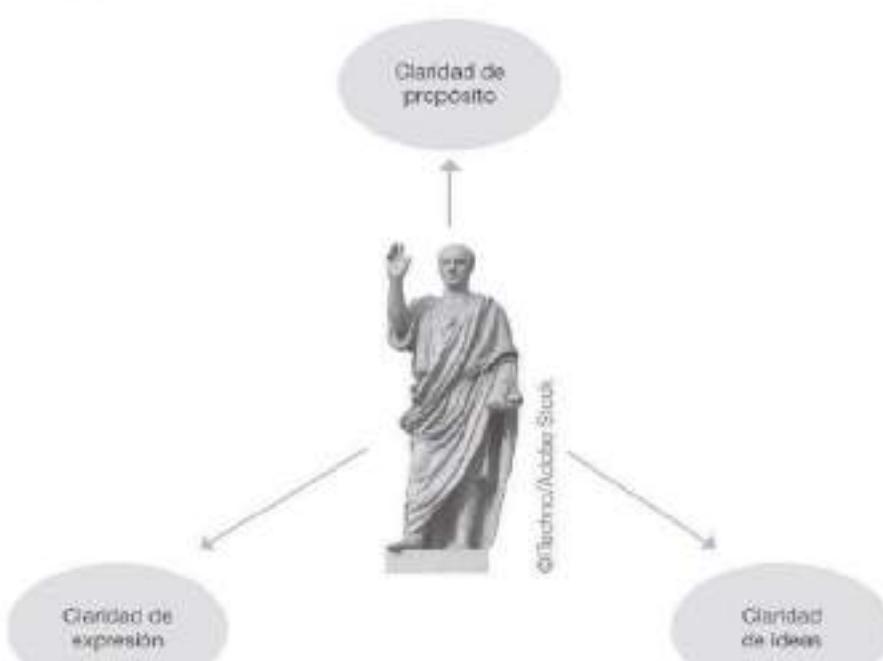


FIGURA 2.3 Características del buen orador: las 3 C

2.2.1 Claridad de propósito

La claridad de propósito consiste en definir de manera concreta el objetivo del mensaje.

Se refiere a respetar el objetivo del mensaje sin salirse de los límites del tema. Si se define el propósito del mensaje de manera clara la exposición será concreta y precisa.

La claridad de propósito significa tratar directamente el objetivo del mensaje y expresarlo de forma directa. El lenguaje directo no implica ser descortés o la utilización de palabras altisonantes, simplemente quiere decir que debemos dirigirnos al público con el mensaje central.

Para definir el propósito del mensaje es conveniente aplicar las siete preguntas que se presentan en la tabla 2.1.

Pregunta	Ejemplo
1. ¿Qué? Propósito del mensaje	Persuadir a la audiencia acerca de la importancia de la aplicación de la ética en el trabajo.
2. ¿Cuál? Nombre del tema	La ética en la empresa.
3. ¿Qué temas se relacionan con el tema principal?	<ul style="list-style-type: none"> • Definición de ética. • Ventajas. • Beneficios personales de actuar con ética.
4. ¿Quién? A quién va dirigido el mensaje?	Colaboradores de la empresa.
5. ¿Cómo? Forma de impartir el mensaje.	De manera oral y con diapositivas.
6. ¿Cuándo? Momento en que se impartirá el mensaje.	El 14 de diciembre.
7. ¿En dónde? Lugar en el que se impartirá el mensaje.	En el auditorio de la empresa.

TABLA 2.1

Metodología de las siete preguntas para definir el propósito del mensaje.

2.2.2 Claridad de ideas

En la medida en que el propósito del discurso sea claro, existirá exactitud, precisión y sencillez en las ideas a exponer.

La claridad de ideas requiere eliminar divagaciones, rodeos y preámbulos, es decir, tener la capacidad de llegar al punto que se desea tratar. Es muy importante que todas las ideas se relacionen con el tema central de la exposición y que se comuniquen de una manera coherente y sencilla con conceptos claros que promuevan la persuasión.

Se recomienda no abusar de palabras técnicas, rebuscadas y ambiguas; además, los elementos gráficos y las tablas que se presenten deben ser los mínimos

y los que realmente se relacionen con el tema para evitar confundir al receptor. El mensaje requiere ser estructurado, seguir un orden, ser fiable y creíble.

Para lograr claridad en la exposición de las ideas se sugiere aplicar los lineamientos y etapas para la elaboración del discurso, mismos que se estudiarán en capítulos posteriores y que de manera simplificada se muestran en la tabla 2.2.

Etapas	Concepto	Ejemplo
Introducción	Menciona el tema del discurso y los subtemas a tratar.	Párrafo inicial que contenga la presentación del tema de la ética en la empresa y su importancia. Mención de cada subtema.
Desarrollo	Se explican cada uno de los temas para sustentar el argumento.	Explicación de cada subtema: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Definición de ética. ▪ Ventajas. ▪ Beneficios personales de actuar con ética.
Conclusión	Se obtienen las conclusiones con base en los temas vistos en el discurso.	Párrafo final que contenga la demostración de la importancia de la aplicación de la ética en la empresa, fundamentado en el desarrollo del tema.

TABLA 2.2 Etapas para lograr la claridad en la exposición de ideas.

2.2.3 Claridad de expresión

La expresión clara se obtiene mediante la utilización de un lenguaje sencillo, acorde a la audiencia a la que va dirigida la presentación.

Las características de la claridad de expresión son: sencillez, brevedad, fluidez y contundencia.

Consiste en expresar el mensaje de una manera sencilla con la menor cantidad de palabras. La claridad de expresión se pierde cuando se utiliza un lenguaje rebuscado, términos rimbombantes, se dicen palabras que no se relacionan con el propósito del mensaje, no se llega de manera directa al tema, o se utilizan muletillas.

Se requiere un lenguaje atractivo, dinámico, interesante, vivencial. Tenemos que recordar que vivimos en la era del minimalismo, entre menos palabras y más sencillas comunicaremos mejor el mensaje.

**FIGURA 2.4** Claridad de expresión.

La claridad de expresión (figura 2.4) requiere de ausencia de ambigüedad, sintaxis adecuada, sobriedad y orden.

Es conveniente preguntar a la audiencia al final de la exposición si entendieron y si existen dudas.



LECTURA COMPLEMENTARIA

Refuerza tus conocimientos. Estudia la lectura complementaria en la página web de la obra. Elabora un resumen y entrégalo a tu profesor para comentarlo en clase.



GUÍA DE ACCIÓN

Elabora y presenta una exposición oral acerca de la importancia de la comunicación en la licenciatura que estudias. Utiliza los formatos que se incluyeron en esta sección y aplica los conceptos estudiados hasta ahora en el texto. Presenta tu ponencia en clase con una duración no mayor a tres minutos.



EJERCICIOS DE REFUERZO

Aplica tus conocimientos y resuelve los ejercicios de refuerzo que se incluyen en la página web de este libro.

■ 2.3 Habilidades personales del orador

Para hablar en público, ya sea mediante un discurso o en una exposición, es necesario desarrollar ciertas habilidades que propician el éxito en dicha actividad (figura 2.5):



Habilidades del orador:

- Manejo del nerviosismo
- Extraversión
- Actitud receptiva
- Saber escuchar

©iStockphoto/Adobe Stock

FIGURA 2.5 Habilidades del orador.

El desarrollo de estas habilidades propiciará en el orador una mejora en su autoconcepto, imagen y proyección, características que garantizarán la eficacia y eficiencia en la expresión oral.

2.3.1 Manejo del nerviosismo

"Considero más valiente al que conquista sus deseos que al que conquista a sus enemigos, ya que la victoria más difícil es la victoria sobre uno mismo".

Aristóteles

El miedo y el estrés son mecanismos de defensa. La mayoría de los miedos son infundados, se originan en experiencias pasadas así como en el inconsciente y subconsciente. Si nos enfrentamos a los miedos y los analizamos tendremos la capacidad de superarlos.

Todas las personas que hablan en público generalmente sienten un grado de nerviosismo.

El miedo de hablar en público es bastante común debido a la preocupación de cometer errores, de no ser aceptados o que no se reconozca nuestra calidad profesional. El miedo muchas veces tiene distintas expresiones que van desde las más sencillas hasta manifestaciones psicosomáticas como: la sensación de un nudo en el estómago, manos sudorosas, boca seca, garganta cerrada antes de salir al escenario, pulso acelerado, temblores en las piernas o en las manos, olvido de lo que se va a exponer y falta de claridad de ideas, por mencionar solo algunos. Este miedo se convierte en lo que se conoce como pánico escénico y consiste en la sensación de estar completamente desprotegido y vulnerable. Sin embargo, se ha demostrado que cierto grado de estrés propicia que trabajemos de una manera más efectiva.

Algunos de los pensamientos que comúnmente acompañan el nerviosismo pueden ser:

- No recordaré el tema.
- El público me produce miedo.
- Desconozco el tema.
- Pareceré tonto.
- Mi voz es poco agradable.
- Se aburrirán con mi ponencia.
- Habrá preguntas que no sabré responder.

Para superar el miedo y el nerviosismo al hablar en público y ante cualquier situación de estrés, existen algunas recomendaciones que pueden ser útiles:

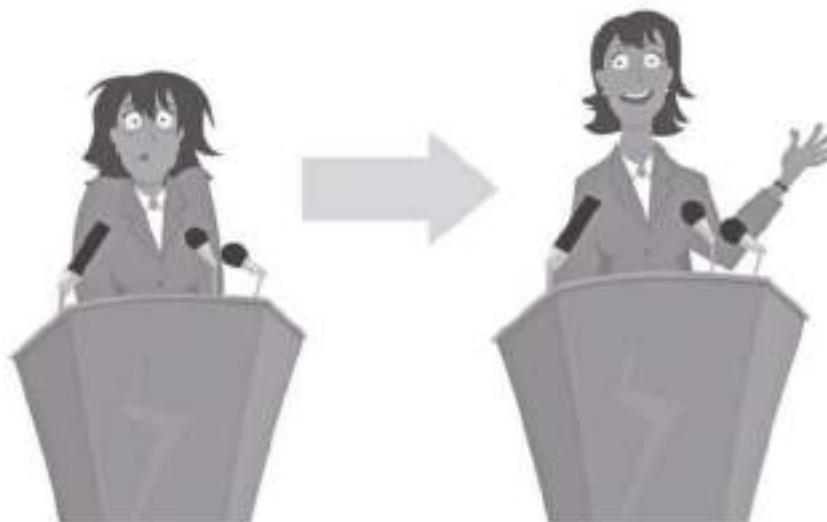
1. **Enfrentar el miedo.** Preguntarnos: ¿de dónde proviene?, ¿qué estoy pensando?, ¿es racional y real el miedo? Se sugiere desarrollar por escrito los siguientes formatos con los ejemplos correspondientes (tablas 2.3 y 2.4):

¿Cuál es mi miedo?	¿Por qué lo tengo?	¿Es real?	¿Cómo lo enfrento?
Equivocarme en la ponencia.	Porque me pongo nervioso y se me olvidan las ideas.	No. No tengo por qué equivocarme, estoy preparado y he practicado suficientemente.	Aplicando las técnicas para disminuir el nerviosismo: practicar la presentación, respirar, visualizar.

TABLA 2.3 Mis miedos.

¿Qué sucede si?	Me equivoco en la conferencia.
En 5 días	Me siento decepcionado y asustado.
En 5 semanas	No sucede nada. Analizo por qué sucedió y planeo una estrategia de mejora.
En 5 meses	No sucede nada. Mejoro mis habilidades.
En 5 años	No sucede nada.

TABLA 2.4 ¿Cómo afrontar mis miedos?



©Gestalt-Artista Stock

2. ¡Respirar! Inhalar y exhalar correcta y profundamente transporta una mayor cantidad de oxígeno a los pulmones y por consecuencia a la sangre y al cerebro, tranquiliza la mente, relaja los músculos y disminuye el flujo de la adrenalina.

Antes de la presentación se pueden realizar un mínimo de siete respiraciones profundas: inhalar lentamente con el diafragma, contener el aire y espirar con lentitud y así sucesivamente hasta entrar en un estado de tranquilidad. Durante la ponencia es importante respirar en forma correcta, es decir, de manera pausada.



©Gestalt-Artista Stock

3. Visualización. En un lugar silencioso y aislado, cierra los ojos, respira en forma lenta y con profundidad, imagínate que estás impartiendo la conferencia o la

plática con gran éxito y dominando el escenario. Este ejercicio se utiliza en todos los ámbitos, específicamente en el artístico, político y deportivo, antes de realizar una actividad importante con la finalidad de programar la mente para desempeñarse de manera exitosa. Se sugiere que tanto el ejercicio de respiración como el de visualización se practiquen con regularidad, no solamente en el momento previo a la exposición.

4. **¡Sonríe!** La sonrisa abre las puertas y logra empatía. Sonríe varias veces antes de comenzar la exposición. Esto contribuye a activar un estado positivo. Actúa con entusiasmo.



Sylvain Simard/Stock

5. **¡Práctica!** En la medida en que practiques tu presentación menor será tu nerviosismo al hablar en público.
6. **Amar lo que haces.** Ama la experiencia de hablar en público. Esperala con gusto, que sea un placer el compartir tus conocimientos e influir en la gente. El amor y la pasión promueven una mayor comunicación con el público.
7. **Dominio del tema.** El dominio del tema proporciona seguridad y confianza. Para convertirte en un experto en el tema, prepara tu discurso. Ten en cuenta que el público va a escucharte y tú eres quien sabe del tema.
8. **Programación neurolingüística (PNL).** Repite frases positivas: puedo, soy exitoso, soy el mejor, yo estoy relajado. En la página web de este capítulo se presenta el ejercicio titulado "Patrón de la mente al músculo", que es uno de los recursos de PNL más poderosos para programar tu mente y lograr el éxito en cualquier actividad.
9. **Meditación y relajación.** La práctica de meditación y *mindfulness* es magnífica para combatir el miedo y el estrés; también puedes practicar yoga y ejercicios

- de respiración. En plataformas de internet encontrarás distintos ejercicios de meditación y respiración.
10. **Ejercicio físico.** Para aliviar el estrés, el ejercicio físico es un gran aliado ya que equilibra la energía y las hormonas además de que contribuye a que el organismo segregue compuestos químicos como las endorfinas.



Oleksy/dose Stock



LECTURA COMPLEMENTARIA

Refuerza tus conocimientos. Estudia la lectura complementaria en la página web de la obra. Elabora un resumen y entrégalo a tu profesor para comentarlo en clase.

2.3.2 La extraversión

La extraversión o extroversión se refiere a la facilidad para relacionarse y comunicarse con las personas.

Las personas extrovertidas tienden a hablar mucho, tener altos niveles de energía y ser más seguros de sí mismos. Existen estudios que muestran que las personas extrovertidas son percibidas como personas más felices. Para una persona extrovertida es fácil subirse a un pódium y hablar en público, si comete errores no los tomará en cuenta, pues lo que le gusta es expresarse. Sin lugar a dudas para la comunicación en público es conveniente una actitud extrovertida que refleja entusiasmo y motivación.

A las personas introvertidas les cuesta más trabajo hablar en público, sin embargo, como son más analíticas y creen que el público las está juzgando, al cometer un error lo arreglan de inmediato y logran más empatía con la audiencia. Si el orador tiene una personalidad introvertida puede aprender técnicas y desarrollar habilidades para lograr ser más extrovertido en el momento de su exposición.

2.3.3 Actitud receptiva

En el proceso de comunicación tanto al orador como el público requieren una actitud receptiva.

Es indispensable que exista un balance de la energía entre el público y el orador. El orador necesita percibir las actitudes del público y adaptarse a las circunstancias. Por ejemplo, en un congreso que comprende conferencias que duran todo el día, en la última ponencia el público muy probablemente estará cansado. En esta situación resulta imprescindible que el ponente tenga una actitud empática que propicie la participación del público para hacer más interactiva la ponencia o bien contar alguna anécdota graciosa o aplicar una dinámica de grupo.

Es responsabilidad del orador conocer el perfil del receptor para preparar el mensaje. No es lo mismo impartir una conferencia a estudiantes universitarios que a un grupo de campesinos. El compromiso del orador es cumplir con las expectativas del público durante la emisión y la recepción, a la vez que propiciar una actitud de respeto.



©Enricol Di Giacomo Stock

2.3.4 Saber escuchar

Aprender a escuchar permite comunicarnos adecuadamente. Las habilidades necesarias para aprender a escuchar son:

- Atención.
- Enfoque.
- Interés.
- Respeto.
- Prudencia.
- Compromiso.

Una de las habilidades más importantes del orador es saber escuchar; es indispensable, ya que le permite responder las preguntas de la audiencia, conocer sus expectativas y retroalimentar la exposición.

Para que la comunicación sea eficiente es indispensable saber escuchar. En el caso de la comunicación en público se refiere a escuchar al público para obtener retroalimentación. Algunos consejos para aprender a escuchar son:

- Saber la importancia que tiene escuchar a los demás.
- Mostrar interés y respeto.
- Hablar solamente lo necesario.
- Prestar atención.
- No interrumpir al interlocutor.
- Empatía.
- Aceptar otros puntos de vista.

Las habilidades necesarias para escuchar son la concentración, la percepción, la comprensión y la atención.

Para escuchar eficazmente se requiere preparación y entrenamiento. Las reglas de oro para escuchar de manera eficaz son: enfoque, respeto, cortesía, interés en los demás, escuchar con atención.

2.3.5 Autoconcepto, imagen y proyección

2.3.5.1 Autoconcepto

El autoconcepto se refiere a la imagen que tenemos de nosotros mismos, es lo que pensamos de nosotros mismos.

Un elemento esencial del autoconcepto es la autoestima.

La autoestima es el sentimiento de aceptación, aprecio, admiración y amor hacia uno mismo.¹

La autoestima influye en:

- La manera de percibir el mundo que nos rodea.
- La visión acerca de los problemas y la forma de tomar decisiones.
- La seguridad para afrontar los retos, los problemas y los compromisos.
- El éxito en el logro de nuestros objetivos.
- La calidad de vida personal.

Los niveles de autoestima dependen de la tolerancia al fracaso, de nuestro esfuerzo por aprender de nuestros errores y perseverar para lograr nuestras metas. La autoestima es un proceso personal de aprendizaje. Ningún factor nos puede otorgar una mayor o menor autoestima, debemos aprender a lograrla.

El peor enemigo por vencer en la conquista de la autoestima somos nosotros mismos, la responsabilidad es nuestra, debemos aprender a incrementar nuestra autoestima. La realidad puede ser difícil, lo que importa es aprender a desarrollar habilidades para afrontarla y salir adelante. Se requiere esfuerzo y práctica para entender que probablemente a la primera no salen las cosas como esperábamos.

Si ante un fracaso la persona se decepciona, se autocompadece, autocastiga y se compara con los demás, debilita su autoestima.



FIGURA 2.6 Habilidades para desarrollar la autoestima.

La autoestima no se construye porque alguien te la conceda o porque simplemente la deseas, es el resultado del esfuerzo y del aprendizaje. Se forma a partir de los siguientes hábitos y actitudes positivas:

- Tiempo para uno mismo.
- Cuidar la salud.
- Relaciones armoniosas.
- Compromiso y responsabilidad.
- Aceptar y disfrutar las responsabilidades.
- Optimismo.
- Amarnos a nosotros mismos y a quienes nos rodean.
- Perseverancia.
- Disciplina.
- Asertividad.
- Actitudes positivas. Aunque estés triste actúa como si estuvieras contento, recuerda que el comportamiento modifica el pensamiento y el pensamiento la emoción.

¡Cree en ti mismo! Cuando tenemos un autoconcepto positivo proyectamos confianza en nosotros mismos, hacemos mejor las cosas y es así como nos ganamos el reconocimiento de los demás. El autoconcepto está en nuestras manos y lo podemos modificar y mejorar.

2.3.5.2 Imagen

La imagen es el conjunto de cualidades y características que proyecta una persona ante los demás.

La imagen personal está constituida por los elementos que se presentan en la figura 2.7.



FIGURA 2.7 Factores que influyen en la imagen.

La imagen que proyectas en el escenario o cuando hablas en público es una herramienta muy poderosa: gran parte de esta se sustenta en los siguientes factores:

- Competencia. Se refiere a la capacidad profesional, académica y de razonamiento del orador.
- Autoestima. Consiste en el aprecio, respeto y amor que tiene la persona por sí misma.
- Autoconcepto. Imagen que tiene la persona de sí misma.
- Comunicación verbal. Capacidad de comunicarse de manera verbal o escrita.
- Personalidad. Es el conjunto de características psicológicas que influyen en la conducta, actitud y comportamiento. Es necesario ser nosotros mismos y mostrar nuestro propio yo. La personalidad es interior y se complementa con elementos exteriores como el vestuario.
- Comunicación no verbal. Habilidad para comunicarse con los símbolos, gestos y actitudes que no se expresan verbalmente.
- Credibilidad. Se sustenta en la honestidad y prestigio del orador.

La credibilidad es una característica importante que requiere desarrollar el orador.

En una sociedad hiperconectada en la que todos podemos investigar a una persona, es necesario contar con credibilidad, esta se relaciona con la honestidad, trayectoria, estudios y veracidad del orador, mismas que le otorgan confiabilidad ante la opinión pública. Se recomienda que al orador se le asocie con gente que tenga credibilidad y que ésta sea quien presente su currículum antes de la presentación.

- Presencia profesional. Se refiere a la capacidad que proviene de la experiencia, conocimientos y habilidades del expositor.
- Presencia física. Se refiere al vestuario y arreglo personal. La ropa y el arreglo personal influyen en la imagen que proyecta el orador al hablar en público (tabla 2.5). La audiencia observará su vestimenta, maquillaje, accesorios, corte de cabello, higiene, expresiones faciales, postura, actitud, lenguaje corporal y conducta.

Elemento	Características
Ropa	Requiere ser acorde con la edad del orador, con el objetivo del discurso y con la audiencia.
Comodidad	Debe ser funcional.
Accesorios	No muy recargados ni llamativos.
Higiene personal	Impecable.
Maquillaje	No exagerado y de acuerdo con el tipo de evento.

TABLA 2.5 Elementos del arreglo personal que influyen en la imagen.



LECTURA COMPLEMENTARIA

Refuerza tus conocimientos. Estudia la lectura complementaria en la página web de la obra. Elabora un resumen y entrégalo a tu profesor para comentarlo en clase.

2.3.5.3 Proyección

La proyección se relaciona con la presencia del cuerpo y de la voz en el espacio escénico.

La presencia escénica consiste en ofrecer al público un adecuado manejo del espacio físico y sonoro: proyección corporal, de la voz y del mensaje.

Es importante que el orador maneje adecuadamente la comunicación no verbal en el escenario, por lo que es necesario que proyecte seguridad y confianza en sí mismo y supere el miedo escénico aplicando las técnicas para el manejo del nerviosismo que se estudiaron con anterioridad.

La proyección de la voz se refiere a que esta sea escuchada perfectamente por el público, para ello es necesario el manejo de distintos elementos como el tono, la intensidad y el timbre.

Para tener una proyección efectiva el orador requiere demostrar pasión por el mensaje que está transmitiendo así como calidez para emitirlo.

Es aconsejable que el orador se desplace con seguridad en el escenario, y que no permanezca estático detrás del pódium o en alguno de los extremos del salón. Se sugiere caminar en el escenario, dirigirse al público, y proyectar entusiasmo y amor por lo que hace.

Independientemente del tipo de mensaje o el tipo de discurso, la calidad y el respeto con el que nos dirigimos al auditorio es muy importante para propiciar un clima agradable y el ambiente necesario para lograr la empatía y conexión con el público que son indispensables para persuadir.



EJERCICIOS DE REFUERZO

Aplica tus conocimientos y resuelve los ejercicios de refuerzo que se incluyen en la página web de este libro.



VIDEO

Analiza el video de la página web. Elabora un resumen en el que presentes el contenido del video y su relación con los conocimientos que has adquirido en este capítulo. Preséntalo de manera oral en clase.



EVALUACIÓN SUMATIVA



I. AUTOEVALUACIÓN

Instrucciones: Anota una V si la aseveración es verdadera y una F si es falsa.

1. Hablar bien y con eficacia requiere persuadir, deleitar y enseñar-informar con el discurso. ()
2. Deleitar al público se refiere a informarlo y agradecerle después de la ponencia. ()
3. La persuasión es lograr que la audiencia haga o piense lo que el orador propone en el discurso. ()
4. Hablar bien y con eficacia no requiere de entrenamiento. ()
5. La virtud por excelencia en la comunicación oral y escrita es la claridad. ()
6. La claridad de ideas consiste en definir de manera concreta lo que se desea transmitir mediante la utilización de palabras adecuadas. ()
7. La claridad de ideas se logra mediante la utilización de un lenguaje sencillo, acorde a la audiencia. ()
8. La claridad de expresión implica hablar un lenguaje claro y sencillo. ()
9. La naturalidad del orador es la capacidad de exponer el discurso de manera sencilla. ()
10. Una buena memoria es una habilidad personal del orador. ()
11. Cuando se es un buen orador se debe ser arrogante. ()
12. Todas las personas que hablan en público sienten nerviosismo. ()
13. El exceso de nerviosismo comúnmente tenemos pensamientos negativos como: se me va a olvidar el tema o me van a criticar. ()
14. Una de las técnicas para superar el nerviosismo es respirar. ()
15. La visualización ayuda al orador a contrarrestar el nerviosismo. ()
16. Se recomienda no practicar el discurso con anterioridad a la presentación para evitar el miedo escénico. ()
17. La comunicación en público requiere una actitud extrovertida que refleje entusiasmo y motivación. ()
18. Tanto el orador como el público deben tener una actitud receptiva. ()
19. El orador no debe escuchar a su público. ()
20. La autoestima influye en el autoconcepto del orador y su propia seguridad al hablar en público. ()



II. AUTOEVALUACIÓN EN LÍNEA

Comprueba tus avances y resuelve la autoevaluación de la página web de este libro.



III. CRUCIGRAMA

Resuelve el crucigrama que se presenta en la página web de esta obra.



IV. GAMIFICACIÓN

Ingrással al sitio web de este libro. Diviértete y aprende con los contenidos que estudiaste en este capítulo.



V. PODCAST

Conoce el podcast de este capítulo que está en la página web. ¡Te encantará!



VI. CONCLUSIONES Y APRENDIZAJES

1. Anota cuatro conclusiones importantes que hayas obtenido del estudio de este capítulo.
2. Anota cuatro aprendizajes de los temas estudiados en este capítulo.
3. En clase realiza una presentación oral con las principales conclusiones de este capítulo. Recuerda utilizar las 3 C.



ENSAYO Y PRESENTACIÓN AUDIOVISUAL

Elabora un ensayo corto en el que apliques los conocimientos adquiridos en este capítulo y presentalo de manera oral en clase.



ENTREGABLES

En la plataforma resuelve la sección de "Entregables" para este capítulo.



U A H m

CAPÍTULO 3

TÉCNICA DE LA COMUNICACIÓN ORAL

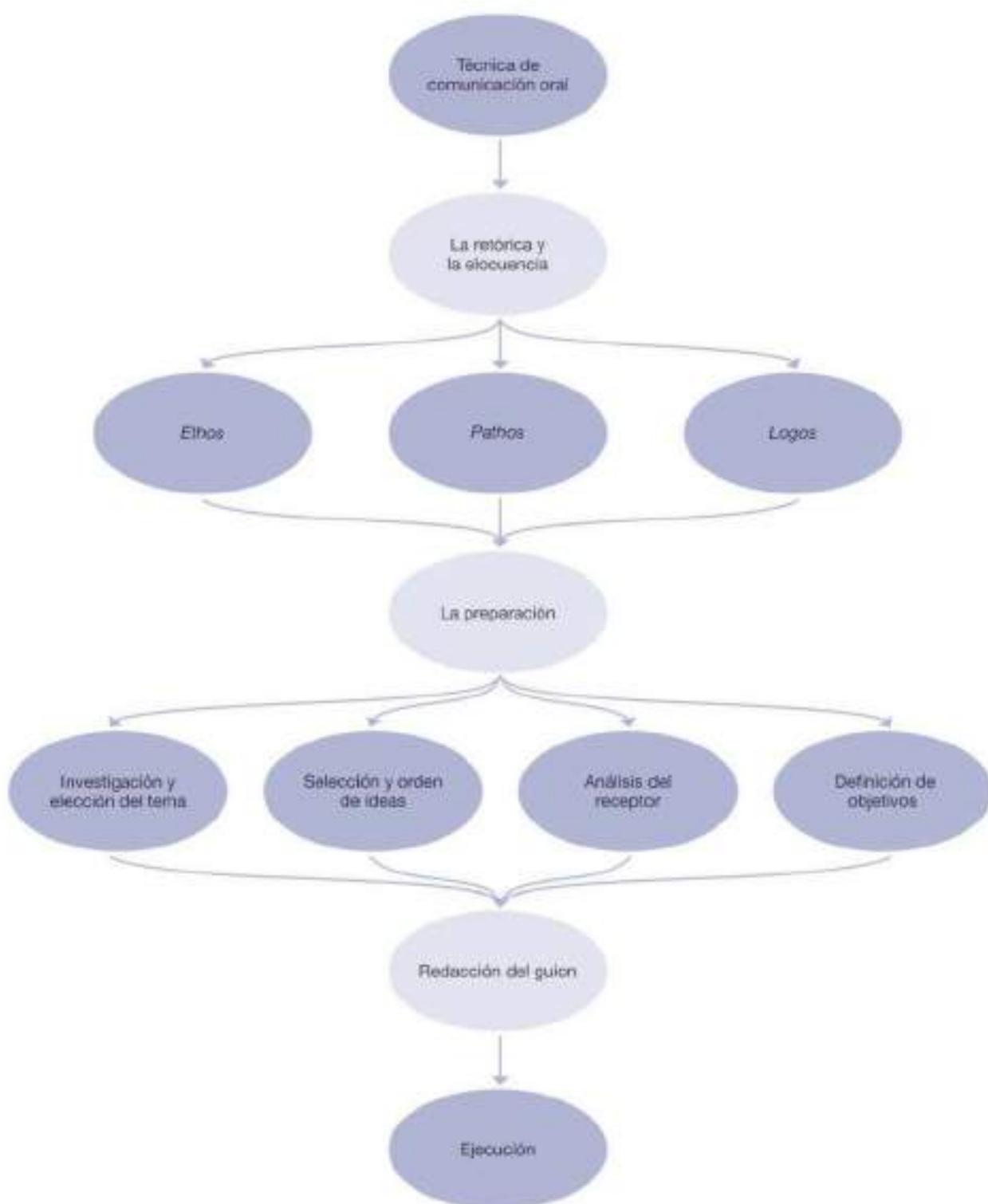
"El orador elocuente debe sobre todo poner en práctica la sabia habilidad de adaptarse a las circunstancias y a las personas".

Cicerón, *El orador*



El lector desarrollará habilidades para:

- Analizar la importancia de la retórica y la elocuencia para el desempeño profesional y personal.
- Describir en qué consiste el ethos, pathos y logos y su relación con la comunicación oral.
- Identificar las técnicas y métodos para la preparación del discurso.
- Definir el tema y los objetivos del discurso o exposición.
- Aplicar los elementos de la ejecución del discurso.
- Aplicar técnicas para el manejo del tiempo.
- Redactar el discurso con cada uno de sus elementos: exordio, narración, división, prueba, refutación y conclusión.
- Aplicar los elementos de la comunicación no verbal: kinésica, proxémica y paralingüaje durante la exposición oral.
- Utilizar los elementos técnicos de apoyo para el discurso.



■ 3.1 La retórica y la elocuencia

De acuerdo con el *Diccionario de la lengua española*:¹

La retórica es la teoría de la composición literaria y de la expresión del hablar.

Es el arte de bien decir, de dar al lenguaje escrito o hablado eficacia para deleitar, persuadir o conmover.

La elocuencia es la facultad de hablar o escribir de modo eficaz para deleitar, conmover o persuadir.

La elocuencia se refiere a la expresión verbal y el estilo para lograr la persuasión. Eficacia para persuadir o conmover que tienen las palabras, los gestos, ademanes o cualquier otra acción o cosa capaz de dar a entender algo con viveza.²

Los autores clásicos realizaron grandes aportaciones a la retórica y la elocuencia al postular que el objetivo de la oratoria es la persuasión de la audiencia y que esta se puede lograr mediante *ethos*, *logos* y *pathos*.

3.1.1 Ethos

Ethos es una palabra griega que significa ética, carácter,

Ethos es el conjunto de rasgos y modos de un comportamiento que conforman el carácter o la identidad de una persona o comunidad. Es el discurso que da razón a las cosas.³

Este concepto hace referencia a la ética, al carácter y la credibilidad del orador, quien debe ser una persona cuyo prestigio certifique que es experto en la materia, una autoridad que propicia que su mensaje sea creíble y convincente. El prestigio del orador incluye la reputación, el currículum, así como el conocimiento del tema.

Ethos se relaciona con la credibilidad del argumento o discurso y del orador.

¹ Diccionario de la Lengua Española. www.rae.es

² Idem.

³ Idem.



3.1.2 Logos

Logos es un concepto que significa conocimiento, razón.

Aristóteles afirmaba que la persuasión se puede lograr a partir del uso del razonamiento y la lógica, es decir, del *logos*. Enfatiza la utilización de argumentos lógicos y válidos de tal forma que la evidencia que soporta el argumento sea clara y precisa.

Logos se refiere a la utilización de la lógica para respaldar el discurso mediante razonamientos, hechos o estadísticas que demuestran a la audiencia la veracidad del mensaje.

El logos convence mediante la razón, emociona mediante la elocuencia y la palabra que produce goce estético y se orienta hacia la persuasión.

3.1.3 Pathos

Pathos es un concepto griego que significa estado de ánimo, pasión, emoción, afecto vehemente del ánimo.

Aristóteles afirma que la persuasión de la audiencia se puede lograr mediante la apelación de las emociones, simpatías e imaginación de forma tal que impacte los sentimientos del público. *Pathos* es el impacto emocional e imaginativo que la audiencia percibe al escuchar o leer el discurso y que incita a la acción y convence. *Pathos* se sustenta en el manejo de las emociones del receptor para persuadirlo.

Un ejemplo de la utilización de *ethos*, *pathos* y *logos* lo podemos encontrar en el magnífico discurso de Martin Luther King:

Estoy orgulloso de reunirme con ustedes hoy en la que quedará como la mayor manifestación por la libertad en la historia de nuestra nación. Hace 100 años, un gran americano cuya sombra simbólica nos cobija, firmó la Proclama de Emancipación. [ETHOS]

Este importante decreto se convirtió en un gran faro de esperanza para millones de esclavos negros que fueron cocinados en las llamas de la injusticia. Llegó como un amanecer de alegría para terminar la larga noche del cautiverio. [LOGOS y PATHOS]

Pero 100 años después debemos enfrentar el hecho trágico de que el negro aún no es libre. Cien años después, la vida del negro es todavía minada por los grilletes de la discriminación. Cien años después, el negro vive en una solitaria isla de pobreza en medio de un vasto océano de prosperidad material. Cien años después, el negro todavía languidece en los rincones de la sociedad estadounidense y se encuentra a sí mismo exiliado en su propia tierra. [LOGOS y PATHOS]

Extracto del discurso *Tengo un sueño*, pronunciado por Martin Luther King.
Estados Unidos de América, 1963.

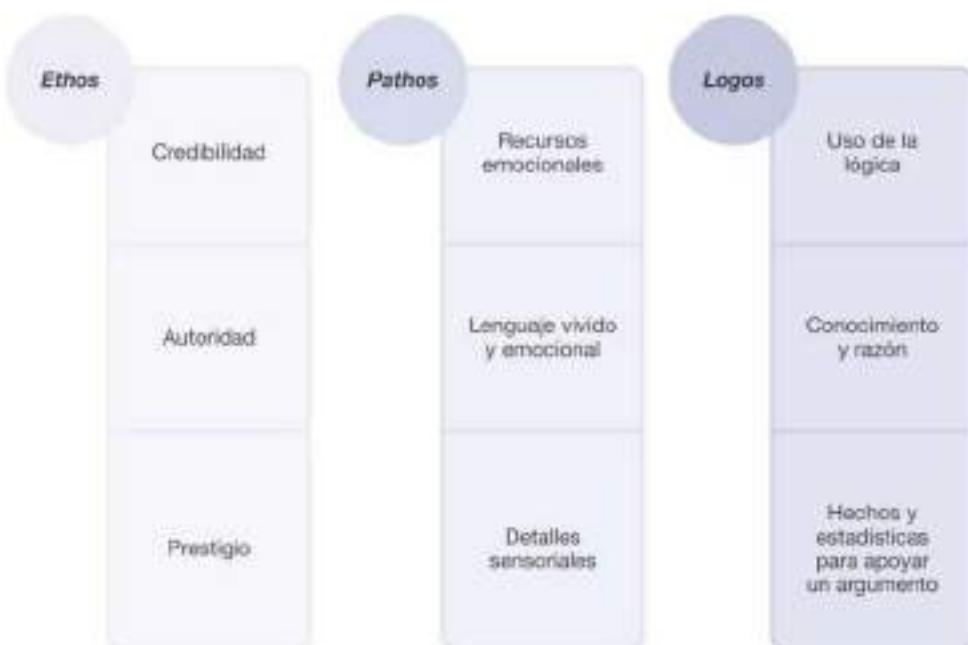


FIGURA 3.1 Elementos de la retórica: ethos, pathos y logos.



GUÍA DE ACCIÓN

En las lecturas complementarias de esta sección encontrarás varios discursos, elige el que más te agrade. Analízalo y anota las formas en que se utilizan *ethos*, *logos* y *pathos*. Coméntalo en clase.



LECTURA COMPLEMENTARIA

Refuerza tus conocimientos. Estudia la lectura complementaria en la página web de la obra. Elabora un resumen y entrégalo a tu profesor para comentarlo en clase.



EJERCICIOS DE REFUERZO

Aplica tus conocimientos y resuelve los ejercicios de refuerzo que se incluyen en la página web de este libro. Presentalos de manera oral en clase.

■ 3.2 La preparación

Además de considerar la utilización de *ethos*, *logos* y *pathos*, es necesario aplicar los elementos para la elaboración de la exposición o discurso:

- La **preparación** del discurso incluye: la investigación y recopilación de la información, el análisis del receptor, la elección del tema, el planteamiento de objetivos y la redacción del guion.
- La **ejecución** del discurso consiste en el manejo de tiempos, el diseño de la estructura, la utilización de técnicas de comunicación no verbal y el uso de apoyos técnicos.

La elaboración del discurso requiere de preparación, que comprende las etapas que se presentan en la figura 3.2.



FIGURA 3.2 Etapas de la preparación del discurso

3.2.1 Elección del tema

Una presentación eficaz se fundamenta en información fiable y veraz, que se obtiene a partir de una adecuada investigación del tema y se sustenta en fuentes de información confiables.

La investigación y documentación del tema son la clave para lograr la credibilidad del discurso.

La investigación bibliográfica y de campo son básicas para fundamentar el tema de exposición. Implica la utilización de fuentes de información acreditadas y reconocidas. Se sugiere evitar la información de internet que en ocasiones es apócrifa, incompleta o con falta de validez. La investigación del tema es indispensable para establecer la estructura que sustenta la exposición. Requiere fundamentarse en fuentes como libros, revistas, abstracts, informes, periódicos, estadísticas. Es necesario analizar y organizar el material una vez que se han recopilado suficientes datos para, de esta manera, justificar el tema.

Por respeto a la audiencia es muy importante siempre asistir a una presentación con suficiente preparación y dominio del tema.

Líneamientos para la definición del tema:

1. Ya que se ha recopilado la información en fuentes válidas y confiables se procede a definir el tema mediante una tormenta de ideas.
2. Análisis de información. Consiste en analizar la información para seleccionar el tema. Elige temas en los que poseas conocimientos, información, experiencia y por los que sientas especial agrado. Los conferencistas por lo regular tienen un repertorio de conferencias y adaptan su presentación de acuerdo con el evento, público y tiempo de exposición.
3. Para elegir uno o varios temas tentativos puedes utilizar un formato como el que aparece en la siguiente guía de acción.

**LECTURA COMPLEMENTARIA**

Refuerza tus conocimientos. Estudia la lectura complementaria en la página web de la obra. Elabora un resumen y entrégalo a tu profesor para comentarlo en clase.

**GUÍA DE ACCIÓN**

1. Mediante una tormenta de ideas elige dos o más temas referentes a la importancia y/o tipos de comunicación relacionados con la licenciatura que estudias. Es muy importante que los temas te interesen o apasionen. Anota aquí los resultados.

2. Investiga el tema en un mínimo de cinco fuentes de información válidas y confiables.

3. Responde las siguientes preguntas con relación a los dos temas que elegiste.

Pregunta	Tema 1	Tema 2
¿De qué tema quiero hablar?		
¿Qué tanto quiero explicar del tema?		
¿Tengo conocimiento del tema?		

¿Existen fuentes de información disponibles acerca del tema?		
¿El tema es interesante para el receptor?		
¿Me gusta y apasiona el tema?		

4. Con base en los resultados anota el tema elegido:

3.2.2 Análisis de receptor

Para estructurar un mensaje con mayor eficacia se requiere considerar las necesidades y expectativas de la audiencia a la que va dirigido el mensaje, en este sentido, la empatía es muy importante.

La empatía es la capacidad para experimentar lo que siente la otra persona, es "ponerse en los zapatos del auditorio". Si somos empáticos con el receptor seguramente el mensaje será bien recibido.

Por ejemplo, una plática acerca de los algoritmos y las tecnologías en las empresas probablemente no interesaría a un grupo de amas de casa.

Frecuentemente los públicos comparten ciertas similitudes:

- La audiencia tiene interés por temas que sean significativos para su vida personal o laboral.
- Los grupos son susceptibles a la sensibilización emocional.
- Resistencia al cambio. Es común que las personas no quieran cambiar su forma de pensar, por lo que es indispensable ser empático y no imponer ideas sino persuadir.
- La persuasión es un medio para influir en el público, sin embargo, en la medida que el auditorio sea maduro y preparado, mayor será la exigencia del público hacia la autoridad y prestigio del orador.

Si conocemos al receptor será posible adaptar el discurso y definir el estilo, tipo de lenguaje, estructura y materiales de apoyo más acordes al receptor, lo que propiciará una mayor probabilidad de éxito (figura 3.3).



Algunos tipos de público:

- Preparado intelectual y profesionalmente
- Ignorante
- Receptivo
- Agresivo
- Interesado en el tema
- Apático
- Cortés
- Atento

©Prawny/Icon/Adobe Stock

FIGURA 3.3 Ejemplo de tipos de público

Una sola audiencia puede integrarse por varios tipos de público y las actitudes de unas personas pueden influir en las demás. Si el orador no prepara su exposición de acuerdo con las características del receptor corre el riesgo de que surjan obstáculos durante la exposición, que van desde el aburrimiento y desinterés hasta situaciones conflictivas.

El análisis del receptor se realiza de manera previa a la presentación y durante ella. Para el análisis previo se sugiere la utilización de un formato como el que se muestra en la Guía de acción.



GUÍA DE ACCIÓN

1. Anota en el siguiente cuadro las características del público al que vas a dirigir el tema que seleccionaste.

Pregunta	Respuesta
¿Qué tipo de público es?	
¿Cuántas personas asistirán?	
¿Cuál es su escolaridad, edad, sexo, origen, religión, costumbres, creencias, situación económica?	
¿Cuáles son sus intereses, preocupaciones, motivaciones?	
¿Son expertos en el tema?	
¿Qué expectativas tienen de la conferencia?	
¿Su asistencia es voluntaria?	
¿Qué actitud tienen con respecto al tema: positiva, negativa o neutra?	

2. ¿Consideras que el tema que elegiste se adapta a las características del público?
3. En caso negativo, anota las adecuaciones o adaptaciones al tema que elegiste, para lograr una mayor aceptación e interés del público hacia el tema.

3.2.3 Planteamiento de objetivos

La definición de los objetivos es indispensable para lograr la claridad del mensaje y el enfoque requerido en la comunicación eficaz.

El objetivo general del discurso es el resultado que se desea alcanzar con la conferencia, este puede ser: informar, deleitar o persuadir, o bien una combinación de estos (figura 3.4).

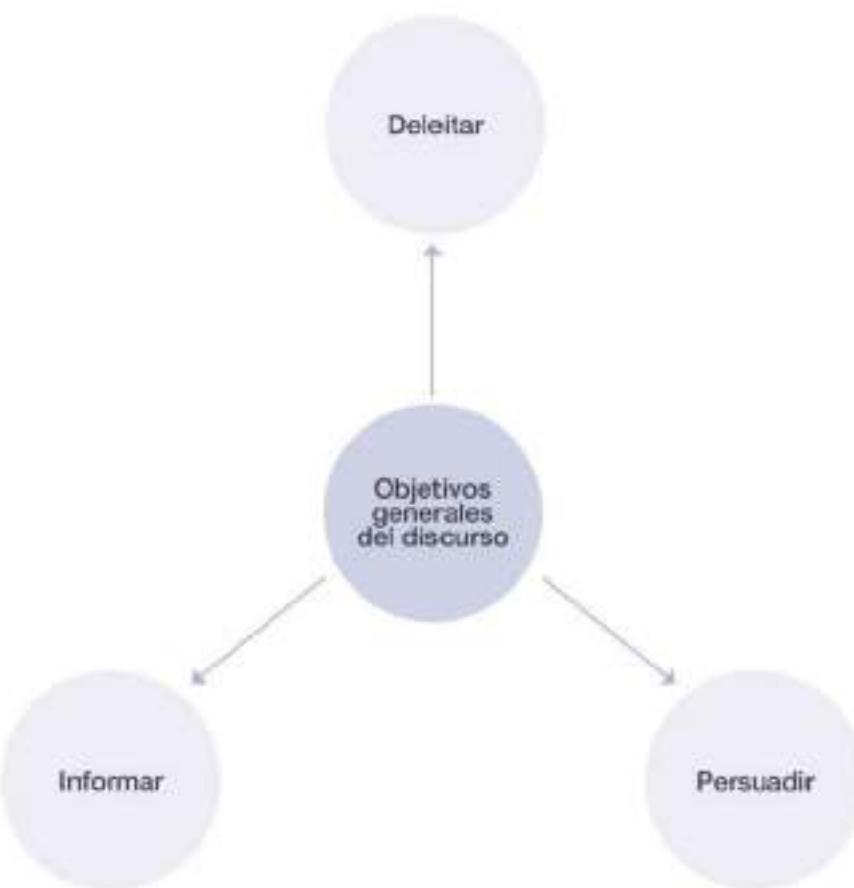


FIGURA 3.4 Objetivos generales del discurso

El objetivo específico es el conjunto de resultados o acciones que apoyan el logro del objetivo general y se relaciona con lo que el orador quiere lograr en la audiencia. Se recomienda utilizar el formato que se presenta en la tabla 3.1, que incluye un ejemplo:

Objetivos (pregunta)	Respuesta (ejemplo)
Objetivo general: ¿Qué resultado pretendo lograr con la conferencia?	Informar y persuadir acerca de la contaminación del agua.
Objetivo(s) específico(s): ¿Qué resultado(s) pretendo obtener con el público?	Que conozcan los efectos de la contaminación del agua en la salud. Que conozcan las causas que originan la contaminación en el agua. Que apliquen medidas para reducir la contaminación del agua.
¿Cómo lo voy a lograr?	Explicando la importancia del agua para los seres vivos, los efectos de la contaminación del agua, mostrando estadísticas acerca de su escasez, así como medidas para reducir su contaminación.

TABLA 3.1 Formato para definición de objetivos del discurso

**GUÍA DE ACCIÓN**

De acuerdo con el tema que elegiste referente a la comunicación, anota en la siguiente tabla los objetivos de tu discurso.

Pregunta	Respuesta
Objetivo general: ¿Qué resultado pretendo lograr con la conferencia?	
Objetivo(s) específico(s): ¿Qué resultado(s) pretendo obtener con el público?	
¿Cómo lo voy a lograr?	

**EJERCICIOS DE REFUERZO**

Aplica tus conocimientos y resuelve los ejercicios de refuerzo que se incluyen en la página web de este libro. Preséntalos de manera oral en clase.

3.2.4 Selección y ordenación de ideas

Existen diversas metodologías para ordenar las ideas y estructurar el mensaje. Algunas de las más usuales se presentan en la figura 3.5.

**FIGURA 3.5** Metodologías para ordenar y estructurar el mensaje.

3.2.4.1 Tormenta de ideas

Se efectúa una tormenta de ideas acerca del tema elegido. Ejemplo:

Tema: Importancia de las ventas por internet en las empresas privadas de México.

- a) **Tormenta de ideas.** Escribir todas las ideas que se te ocurran relacionadas con el tema.
 - Concepto de ventas por internet vs ventas tradicionales.
 - Inversión de las empresas privadas en ventas por internet en México.
 - Beneficios de las ventas por internet para las empresas privadas.
 - Ganancias de las empresas privadas por ventas por internet en México.
 - Tipos de productos que se han vendido más por internet en México.
 - Tipos de ventas por internet vs ventas tradicionales.
- b) **Organización de las ideas.** Consiste en identificar las ideas principales de acuerdo con la información que se tiene del tema y que integrarán el esquema del discurso para agruparlas en categorías. El número de ideas principales debe ser entre dos y máximo cinco, dependiendo de la duración del discurso. Ejemplo:

Tormenta de ideas	Clasificación de las ideas principales en categorías
Concepto de ventas por internet y ventas tradicionales.	Concepto
Inversión de las empresas privadas en ventas por internet en México.	Estadísticas
Beneficios de las ventas por internet para las empresas privadas.	Beneficios
Ganancias de las empresas privadas por ventas por internet en México.	Beneficios
Tipos de productos que se han vendido más por internet en México.	Estadísticas
Tipos de ventas por internet vs ventas tradicionales.	Concepto

TABLA 3.2 Formato para selección y ordenación de ideas.

En este ejemplo se aprecian los pasos para identificar y organizar ideas: seleccionar el tema de la conferencia, el objetivo general y específico, la aplicación de la técnica de tormenta de ideas, la clasificación de los temas en categorías y finalmente, se realiza la selección de dos a cinco categorías para desarrollar el discurso.

Para ordenar las ideas se elabora un esquema con los temas y subtemas que posteriormente puede utilizarse para la elaboración del índice tentativo. Por ejemplo:

Tema del discurso: Importancia de las ventas por internet en las empresas privadas de México.

1. Concepto.
 - 1.1 Concepto de ventas por internet y ventas tradicionales.
 - 1.2 Tipos de ventas por internet vs ventas tradicionales.
2. Estadísticas.
 - 2.1 Inversión de las empresas privadas en ventas por internet en México.
 - 2.2 Tipos de productos que se han vendido más por internet en México.
3. Beneficios.
 - 3.1 Ganancias de las empresas privadas por ventas por internet en México.
 - 3.2 Beneficios de las ventas por internet para las empresas privadas de México.

3.2.4.2 Mapa conceptual

Un mapa conceptual es una gráfica en la que se presentan de manera ordenada las ideas y la secuencia lógica con la que deben exponerse los conceptos de un tema. En la figura 3.6 se presenta un ejemplo.

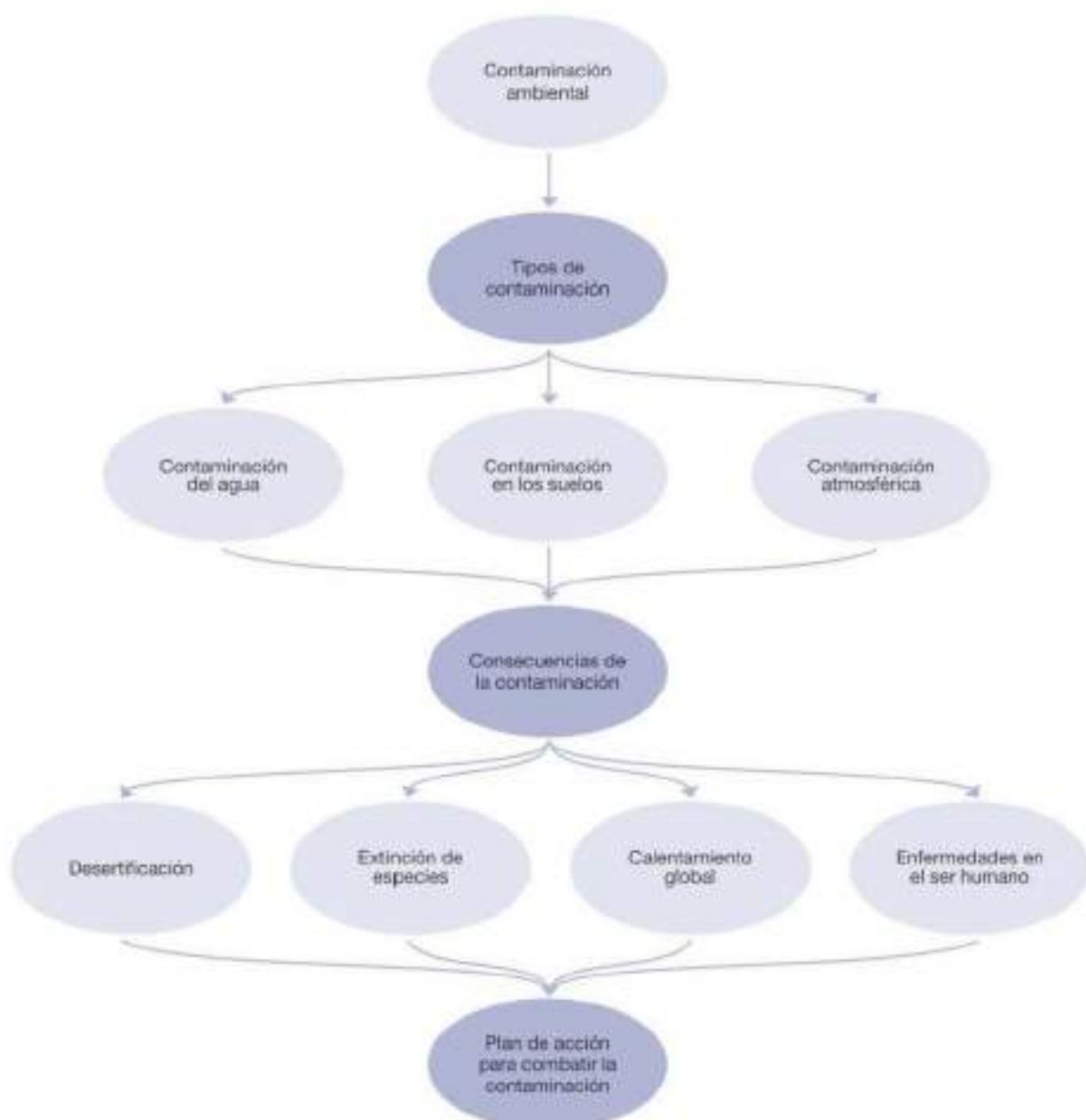


FIGURA 3.6 Ejemplo de mapa conceptual

3.2.4.3 El índice

Con base en las etapas mencionadas, se procede a la elaboración del índice, que es la guía para la redacción preliminar de la exposición. Es posible diseñarlo de acuerdo con varios formatos, uno de los más utilizados es el estándar:

Formato estándar

Los temas principales y los subtemas se presentan en una secuencia numérica que relaciona las ideas principales con las secundarias. Los números y las letras sirven para indicar niveles de jerarquía. Por ejemplo:

Tema: Contaminación ambiental

1. Tipos de contaminación
 - 1.1 Contaminación del agua
 - 1.1.1 Contaminación en ríos
 - 1.1.2 Contaminación en mares
 - 1.2 Contaminación atmosférica
 - 1.3 Contaminación lumínica
2. Causas de la contaminación
 - 2.1 CO₂
 - 2.2 Residuos tóxicos
 - 2.3 Basura
3. Soluciones
 - 3.1 Reciclaje
 - 3.2 Ahorro
 - 3.3 Educación

Este formato se puede redactar con frases sin verbo como el anterior o con oraciones completas con sujeto, verbo y predicado, por ejemplo:

1. La contaminación en el agua es uno de los problemas ambientales que más afectan a la humanidad.
 - 1.1 La definición de la contaminación es crucial para entender sus causas.
 - 1.2 Los tipos de agentes contaminantes del agua son químicos, orgánicos, biológicos y radiactivos.
2. Los efectos de la contaminación en el agua son devastadores en los humanos, los animales y las plantas.
 - 2.1 En los humanos la contaminación del agua causa enfermedades y la escasez del agua potable puede causar la muerte.
 - 2.2 En los animales la contaminación del agua causa muerte en numerosas especies tanto de animales vertebrados como de animales invertebrados.

Para elaborar el índice es necesario que exista un equilibrio en la cantidad de información que se presenta en cada tema. Por ejemplo:

Tema: La contaminación ambiental

- I. Conceptos generales
 - i) Definición
 - ii) Causas

II. Tipos de contaminación ambiental

- i) Agua
- ii) Aire

Es conveniente procurar que todos los apartados del discurso tengan la misma cantidad de información. Se sugiere leer y aplicar los lineamientos que aparecen en la lectura complementaria.



LECTURA COMPLEMENTARIA

Refuerza tus conocimientos. Estudia la lectura complementaria en la página web de la obra. Elabora un resumen y entrégalo a tu profesor para comentarlo en clase.



GUÍA DE ACCIÓN

1. Mediante tormenta de ideas escribe los diversos tópicos que comprende el tema que elegiste.

2. Ordena por jerarquías e importancia la información.

Tema general:

Tema del discurso:

Objetivo general:

Objetivo específico:

Tormenta de ideas	Clasificación de las ideas principales en categorías

3. Elabora un mapa conceptual con los principales temas que vas a tratar en tu exposición.

4. Elabora el índice.

**EJERCICIOS DE REFUERZO**

Aplica tus conocimientos y resuelve los ejercicios de refuerzo que se incluyen en la página web de este libro. Preséntalos de manera oral en clase.

3.2.5 Redacción del guion

Una vez que se ha investigado y recopilado la información y se ha elegido el tema, definido los objetivos, analizado al receptor, jerarquizado y ordenado las ideas, se elabora el índice y se procede a realizar el guion, como se muestra en la figura 3.7.

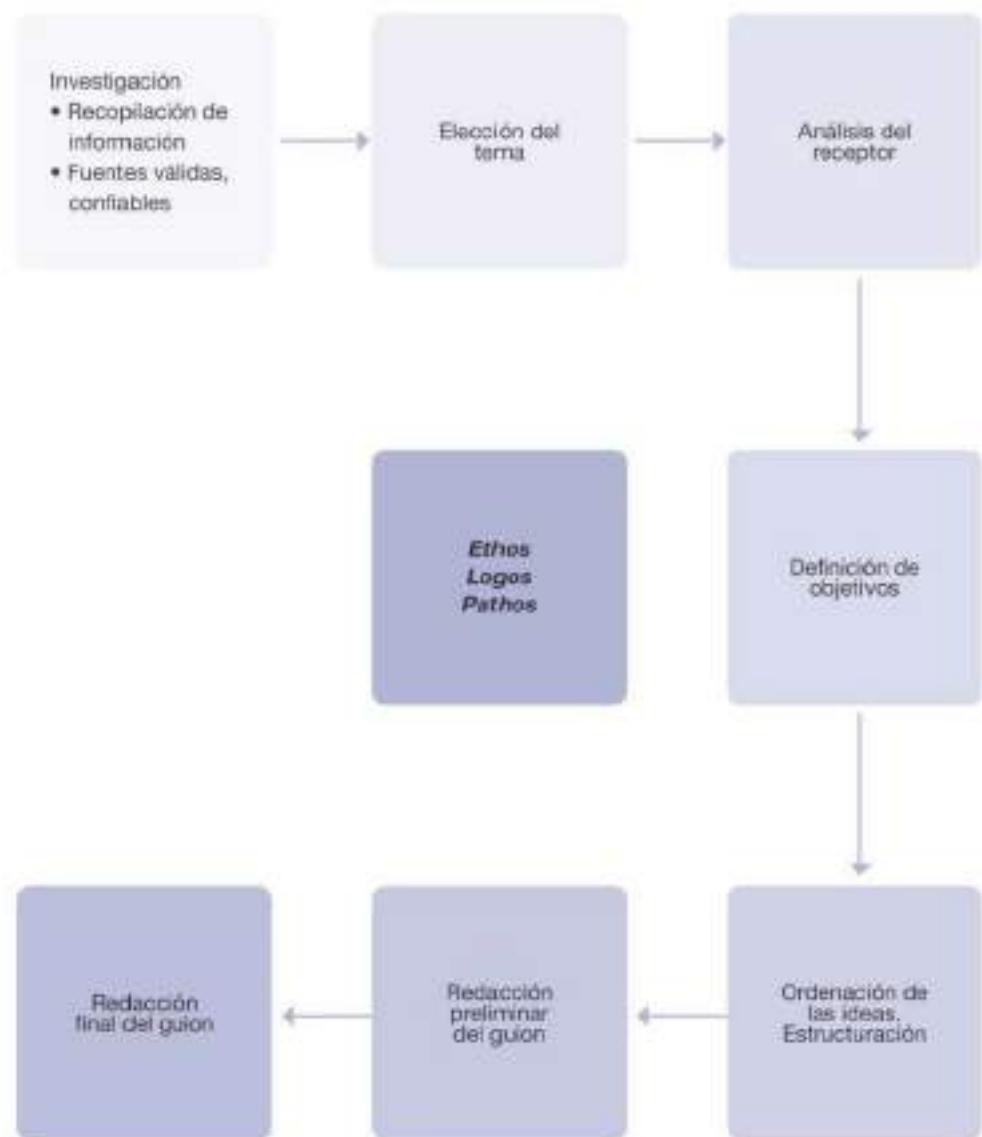


FIGURA 3.7 Etapas de la creación del discurso

Como se estudió en el capítulo 2, la exposición oral o el discurso se integra por tres partes: introducción, narración o argumentación y conclusión. Al redactar el guion es importante considerar el estilo y la utilización de un lenguaje claro.

El guion es un esquema en el que a partir del índice se desarrollan de manera resumida las partes y el contenido de la exposición.

A continuación, se presenta un ejemplo de formato de un guion para elaborar un discurso (figura 3.8).

Estructura de un guion para un discurso o exposición

Tema:

Objetivo general:

Objetivo específico:

Introducción

1. Frase para propiciar la atención y motivación del público.
2. Importancia y justificación del tema.
3. Temas a tratar

Desarrollo del tema central Narración

Argumentación de los temas y conceptos de acuerdo con el índice en orden y secuencia lógica:

- 1.
- 1.1
- 1.2
- 2.
- 2.1
- 2.2

Conclusión

1. Resumen de los puntos más importantes.
2. Sugerencias, hallazgos y recomendaciones.

Bibliografía:

Anotar nombre de los autores y fuentes consultadas.

Apellido y nombre del autor, Título del libro, Editorial, País y año.

FIGURA 3.8 Estructura de un guion para un discurso o exposición.

El guion, como su nombre lo indica, es una orientación o guía que sirve para escribir el discurso o exposición. Contiene de manera resumida los temas o ideas más importantes de cada una de las partes del discurso.



GUÍA DE ACCIÓN

Redacta el guion de tu exposición. Recuerda que siempre debes revisar la ortografía y redacción. Puedes apoyarte en el *Diccionario de la lengua española* y en las obras que te recomendamos en el capítulo.



EJERCICIOS DE REFUERZO

Aplica tus conocimientos y resuelve los ejercicios de refuerzo que se incluyen en la página web de este libro. Preséntalos de manera oral en clase.

■ 3.3 La ejecución

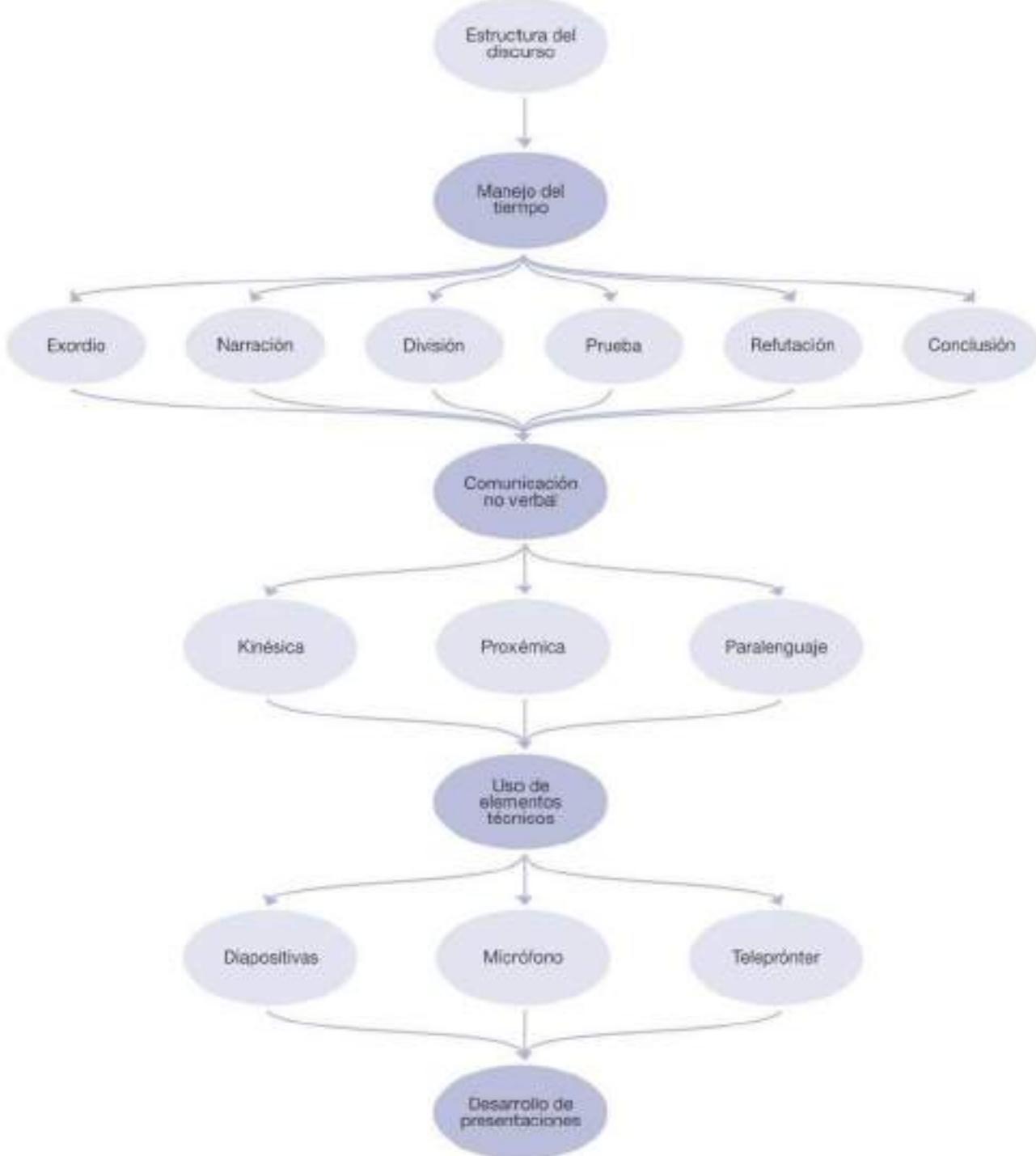


FIGURA 3.9 Mapa conceptual de la ejecución del discurso.

La ejecución consiste en plasmar por escrito todos los elementos del discurso que se han definido en la etapa de preparación.

Existen distintos tipos o modalidades de discurso de acuerdo con su finalidad. En general los elementos que los integran son los mismos, sin embargo, se utilizan estructuras y esquemas acordes a cada uno (figura 3.10).



FIGURA 3.10 Tipos de discurso.

3.3.1 Manejo del tiempo

El tiempo es un elemento a considerar en la elaboración de un discurso o presentación.

En la actualidad, el periodo de concentración o atención de las personas ha decrecido debido al exceso de información que circula a través de los medios, el internet y los dispositivos móviles.

Esto representa un gran reto para el orador, por lo que se sugiere una duración de la exposición no mayor a 20 minutos y complementar la ponencia con sesiones de preguntas y respuestas, así como con la participación del público. En caso de que sea necesario mayor tiempo de exposición por la naturaleza y objetivos del discurso, sugiero segmentar la presentación con intervalos de 20 minutos y sesiones de preguntas y respuestas.

3.3.1.1 ¿Veinte minutos es suficiente?

Existen numerosos ejemplos de discursos que han conmocionado al mundo cuya duración no ha sido necesariamente larga. Uno de ellos es el de Winston Churchill en el que habla de "Sangre, esfuerzo, lágrimas y sudor" para motivar a las fuerzas armadas de Inglaterra en la Segunda Guerra Mundial o el inspirador discurso de Martin Luther King "Yo tengo un sueño". Estos discursos aún en estas fechas convueven a quien los lee o los escucha, ambos fueron de corta duración y, sin embargo, tuvieron tal éxito que son memorables.

El manejo del tiempo es un factor indispensable para mantener el interés del público. Un discurso de más de dos horas continuas seguramente aburrirá al auditorio. De hecho, existen investigaciones que consideran que la disertación oral de tipo profesional debe durar 20 minutos para garantizar la atención del receptor.

Es necesario calcular, distribuir y programar adecuadamente el tiempo de exposición; y, por supuesto, ensayar para verificar que sea el correcto.



©Dritol Design/Adobe Stock



GUÍA DE ACCIÓN

Calcula el tiempo de tu exposición.

Introducción	Narración	Conclusión

3.3.2 La estructura del discurso

"Todo discurso debe de estar compuesto como un organismo vivo de forma que no sea acéfalo ni le falten los pies y que al escribirlo se combinen las partes entre sí y con el todo".
Platón, *Diálogos, Fedro*

Esta frase destaca la relevancia de la estructura del discurso, es decir, requiere escribirse de tal forma que cada una de sus partes sean coherentes y exista armonía en ellas. Es indispensable que el discurso posee una secuencia lógica y se fundamente en argumentos válidos. No es suficiente saber lo que se va a decir, es necesario saber decirlo.

Los clásicos distinguen tres cualidades que debe reunir el discurso, conocidas como las 3 C (figura 3.11):

- **Correcto.** Se deben aplicar las reglas propias del idioma, ortografía y sintaxis. Es imprescindible basarse en los lineamientos de la Real Academia Española.
- **Claro.** Nunca está por demás reiterar la importancia de la claridad de propósito, de expresión y de lenguaje. Recuerda siempre evitar palabras superfluas que no añaden nada al mensaje, frases demasiado complicadas o largas, y tecnicismos.
- **Conveniente.** La conveniencia se refiere a que la exposición debe adaptarse al tiempo, lugar y receptor. Un discurso es conveniente de manera interna cuando existe una relación armónica en todos sus tópicos. Es conveniente de manera externa cuando el expositor se adapta a las expectativas del receptor y utiliza adecuadamente la comunicación verbal y no verbal. Es conveniente en cuanto al lugar cuando se adapta a las circunstancias específicas del lugar en el que se desarrolla el discurso.

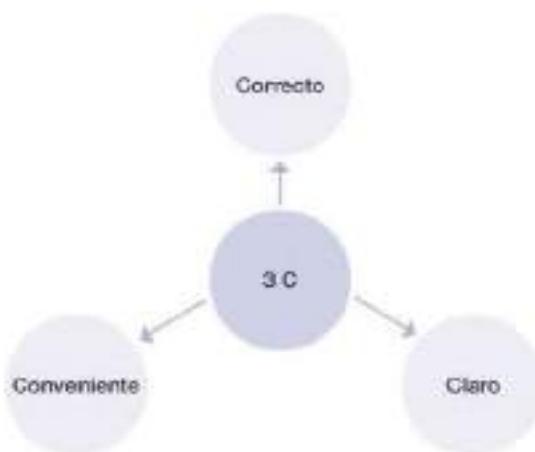


FIGURA 3.11 Las 3 C que debe reunir el discurso.

La estructura correcta del discurso o exposición se relaciona con el estilo del orador.

El estilo es el conjunto de rasgos que singularizan a una persona en su forma de hablar, escribir, actuar y expresarse.

El orador requiere perfeccionar lo mejor de sí mismo para adquirir un estilo propio sin copiar lo que hacen otros.

Como se estudió anteriormente, la estructura más usual del discurso comprende los siguientes elementos:

- a) **Introducción.** Enunciado del tema y su importancia, el objetivo y lo que se propone demostrar.

- b) **Desarrollo.** Presentación de la información y de la tesis con suficientes argumentos y fundamentos de manera secuencial.
- c) **Conclusión.** Resumen de los puntos más destacados que refuerzan el logro de los objetivos del discurso.

Los elementos anteriores son comunes a todo discurso. Sin embargo, para el caso de los discursos deliberativos, en los que existe el debate, se integran elementos adicionales en la narración o desarrollo: la argumentación, la división, la prueba y la refutación (tabla 3.3).

Elementos del discurso	Discurso profesional	Discurso deliberativo	Discurso personal
Exordio o introducción	Sí	Sí	Sí
Narración	Sí	Sí	Sí
División	Puede o no tener, dependiendo del caso	Sí	No
Prueba	Puede o no tener, dependiendo del caso	Sí	No
Refutación	Puede o no tener, dependiendo del caso	Sí	No
Conclusión	Sí	Sí	Despedida

TABLA 3.3 Elementos del discurso.

En los discursos de tipo personal, la estructura es más flexible, corta, amena, abierta y vivaz e incluye: introducción, exposición y despedida.

En este capítulo se estudiarán los elementos del discurso o exposición profesional así como los elementos del debate.

3.3.2.1 Exordio o introducción

"El exordio debe ser muy cuidado, ingenioso, pleno de contenido, de expresiones ajustadas y sobre todo, bien adaptado a la causa que defendemos, el exordio es el que da una idea del resto del discurso y el que le sirve de recomendación, es pues, preciso que cautive a los oyentes."

Cicerón, *El orador*

La primera impresión del público es la más importante y se basa en el exordio, también llamado proemio o introducción.

Su propósito es iniciar al público en el tema y darle una visión general de este, mediante la presentación del tema, su enfoque e importancia, así como la síntesis

del contenido que se tratará en la ponencia, con la finalidad de motivar el interés y la atención del público hacia el resto de la exposición. La duración de la introducción no debe ser mayor a 10 minutos.

Los principales objetivos de la introducción son:

1. Despertar el interés y la atención del receptor.
2. Presentar el tema y justificarlo.
3. Lograr credibilidad del mensaje y del comunicador.
4. Vincular a la introducción con la narración del discurso.
5. Lograr la empatía del público.

Es necesario que el orador posea una actitud entusiasta, segura y motivadora que demuestre su agrado por el tema. Lo que importa no es iniciar con palabras grandilocuentes sino conseguir que el público escuche y capturar su atención.



Algunas estrategias que se pueden utilizar para redactar el exordio son:

1. **Presentación del tema.** Se habla acerca de la importancia del tema y subtemas que se van a tratar. Ejemplo:

La contaminación ambiental es un problema grave en todo el mundo. Es por ello, que el día de hoy comentaré las consecuencias de la contaminación en la salud de los seres humanos y su relación con la extinción de las especies animales y vegetales.

2. Alusión al evento. Se inicia mencionando el evento de la exposición oral. Ejemplo:

Buenas tardes. Es un gran honor participar en el Cuarto Simposium Nacional de Comunicación y compartir con la comunidad académica de la Universidad; alumnos, maestros y directivos. En esta ocasión comentaré las consecuencias de la contaminación ambiental.

Fundamentación del tema: ... Los efectos de la contaminación ambiental en la salud de los seres humanos y su relación con la extinción de especies son devastadores, el calentamiento global es uno de ellos...

Vinculación con el cuerpo del discurso: ... Comenzaré por explicar las consecuencias de los agentes contaminantes...

3. Presentación personal. Se hace referencia al currículum personal para obtener credibilidad. Ejemplo:

Buenas tardes. Soy el doctor Francisco Pérez y trabajo como profesor de conservación ambiental en la Universidad Tecnológica de México, estudié un doctorado en conservación de especies en la Universidad de Columbia en Estados Unidos y he realizado varias investigaciones en colaboración con diversas instituciones europeas y norteamericanas acerca de la contaminación ambiental y sus efectos.

Fundamentación del tema: ... Por la experiencia que tengo en el tema fui seleccionado por la Universidad para hablarles acerca de las consecuencias de la contaminación ambiental.

Vinculación con el cuerpo del discurso: ... Comenzaré por mencionar los tipos de contaminantes que...

4. Pregunta retórica. Se inicia con preguntas que propician la reflexión del público. Ejemplo:

¿Alguna vez se han preguntado cuántas especies de animales y plantas se han extinguido? ¿Cuáles son los efectos de la extinción de especies? ¿Nos espera un futuro como seres humanos si esta tendencia continúa? ¿La próxima extinción de especie será la nuestra? ¿Cuántos años nos quedan si este ritmo de contaminación continúa?

Fundamentación del tema: ... Una de las consecuencias más graves de la contaminación ambiental es la extinción de especies animales y vegetales.

Vinculación con el cuerpo del discurso: ... Comenzaré platicándoles acerca de los principales contaminantes que...

5. Citas o testimonios. Se mencionan citas de autores de reconocido prestigio o testimonios de personas que posean alta credibilidad. Es conveniente que la cita se relacione con el tema. Ejemplo:

René Gerónimo Favaloro menciona que "si no tomamos conciencia del desastre ecológico que el hombre ha desatado en nuestro planeta las consecuencias serán terribles. Todos debemos comprometernos a luchar sin descanso por la rehabilitación del aire, el agua y la tierra".

Fundamentación del tema: ... El desastre ecológico que la humanidad ha causado es devastador, por ello, el día de hoy les platicaré acerca de la extinción de especies animales y vegetales en nuestro planeta.

Vinculación con el cuerpo del discurso: ... Iniciaré platicándoles acerca de los principales contaminantes...

6. Relatar un hecho u opinión. Describir un hecho u opinión relacionado con el tema que sea interesante para la audiencia. Ejemplo:

En el año 2018, la International Union for Conservation of Nature (IUCN) declaró extinto al puma oriental, además de que existen decenas de especies al borde de la extinción, por ejemplo, únicamente quedan dos hembras de rinoceronte blanco, el último macho murió en el año 2018. Del mismo modo la vaquita marina cuyo número es apenas de 12 ejemplares está por extinguirse. Por esta razón, el día de hoy les quiero hablar de ...

7. Combinación de métodos: Se conjuntan varios métodos que se relacionen con el tema. Ejemplo:

Buenas tardes. Soy el doctor Francisco Pérez, tengo un doctorado en conservación de especies en la Universidad de Columbia en Estados Unidos y he trabajado en varias investigaciones en colaboración con científicos europeos. El día de hoy les quiero hablar acerca de la extinción de especies, ¿Alguna vez se han preguntado cuántas especies de animales y plantas se han extinguido? ¿Cuáles son los efectos de la extinción de especies?



GUÍA DE ACCIÓN

Redacta tres versiones del exordio o introducción de tu exposición o conferencia utilizando tres de los métodos estudiados en el texto.

1.

2.

3.

3.3.2.2 Narración

La narración es la exposición de los hechos o de la tesis del discurso.

La narración requiere ser ágil, interesante y objetiva para lograr la atención del público. En otras palabras, debe reunir tres características: claridad de contenido, de expresión y de propósito. Lo anterior propicia que la narración sea nítida, entendible, acorde con el auditorio, y que posea orden lógico y sobriedad.

La narración es el elemento central del discurso, consiste en la exposición del tema y la presentación de una tesis.

En la exposición o en el discurso profesional, se presentan razonamientos para sustentar el tema, mediante hechos y fundamentos, con la finalidad de enseñar, informar y motivar. En el debate, la argumentación pretende convencer, probar y refutar.

La argumentación consiste en proponer una tesis, que se prueba mediante razones fundamentadas.

Argumentar significa presentar razones. Es posible argumentar sin que sea necesario participar en una polémica, pero también se pueden utilizar los argumentos para refutar, probar o para demostrar con razonamientos los fundamentos de la exposición. En el capítulo 5 de esta obra se estudia con mayor detenimiento la argumentación.

Para lograr la coherencia en la estructura del discurso es necesario observar los siguientes lineamientos:

- **Unidad.** Todo lo que se diga debe estar relacionado con el tema del discurso.
- **Secuencia lógica.** Las ideas deben ser presentadas con un orden lógico y los razonamientos han de derivarse unos de otros. Tiene que existir un hilo conductor que no debe perdese en ningún momento.
- **Progresión.** Debe desarrollarse en orden creciente, de lo simple a lo complejo.
- **Coherencia.** Las ideas en las que se divide el tema central deben separarse de modo que la audiencia pueda entender la estructuración básica del mensaje.

Algunos de los recursos que se utilizan en la introducción y en las pruebas también pueden ser utilizados en la argumentación.

1. **Citas.** Se fundamenta el argumento citando a una personalidad de reconocido prestigio en la materia. Ejemplo: El doctor Graue, eminente oftalmólogo, cita en su libro que gran parte de las infecciones oculares son causadas por la contaminación ambiental.
2. **Estadísticas y datos.** Se comprueba la tesis mediante estadísticas y datos fiables. Ejemplo: De acuerdo con el Instituto Nacional de Enfermedades Respiratorias 75% de las enfermedades respiratorias tiene su origen en los elevados índices de contaminación ambiental que prevalecen en la Ciudad de México.

Como se verá más adelante, también pueden ser aplicados algunos de los recursos que se utilizan en la división y en las pruebas.



GUÍA DE ACCIÓN

Escribe la narración de tu tema de exposición. Recuerda apoyarte en lo aprendido en este capítulo.
Estudia y ensaya para presentarlo en clase.

3.3.2.3 División

La división es una técnica retórica que consiste en enumerar las proposiciones del asunto a tratar. La división proporciona claridad y orden al discurso. Debe ser breve y concisa.

Consiste en la disposición de los elementos tal como han de ser tratados, así como las coincidencias y similitudes con los otros temas.

Es la enumeración de las proposiciones del discurso. Cuando las proposiciones son débiles es conveniente reunirlas y presentarlas en un solo tiempo. Bien definida la división aclara las situaciones y evita confusiones. Por ejemplo:

Gran parte de la contaminación se origina por el calentamiento global.
El calentamiento global proviene en 75% de los gases de efecto invernadero.
La reducción de los gases con efecto invernadero reducirá los niveles de contaminación y el calentamiento global.

En este ejemplo se expone el orden en el que se tratarán las ideas, es así como se proporciona claridad al receptor.



GUÍA DE ACCIÓN

Anota la división de tu exposición o discurso.

3.3.2.4 Prueba

En esta parte del discurso se presentan los argumentos a favor de lo que se sostiene mediante el correspondiente listado de pruebas para confirmar la tesis.

Las pruebas deben ser evidentes y comprobables. Aristóteles divide las pruebas en fuera de la causa y dentro de la causa. Propone que las pruebas sean evidentes y no admitan duda. Se confirma la propia exposición revelada en la tesis. La confirmación requiere utilizar argumentos lógicos y figuras estilísticas de énfasis.

Es posible probar la argumentación haciendo alusión a los hechos: intrínsecos, circunstanciales, accesorios a la misma acción o consecuencia; o a los atributos de las personas: nombre, naturaleza, clase de vida, manera de ser, sentimientos, afición, intención, conducta, accidentes y palabras.

En las pruebas también se utiliza la división de estas de acuerdo con su importancia.

No importa tanto la brillantez y la utilización de un lenguaje atractivo para probar los argumentos sino más bien la validez y sustentabilidad de las pruebas.

En la argumentación, división y prueba se pueden utilizar los siguientes recursos:

1. **Datos.** Son pruebas, indicios o información que se utilizan como sustento de los argumentos. Los indicios pueden ser de dos tipos: probables cuando permiten

conocimientos verosímiles, pero no son completamente ciertos y certeros cuando son pruebas seguras.

La información probatoria incluye datos estadísticos y gráficas que proporcionan bases sólidas para la argumentación. Los indicios permiten visualizar de manera ejemplificada de lo que trata el tema. Ejemplo: De acuerdo con la OMS, 30% de la contaminación atmosférica proviene de las emisiones de CO₂.

2. **Relación o semejanza entre dos fenómenos distintos.** Se establecen relaciones entre situaciones diferentes, por ejemplo: el clima y sus efectos en la contaminación ambiental.
3. **Aplicación del método inductivo o deductivo.** Consiste en sustentar el tema o los argumentos mediante el método deductivo o inductivo.

El método deductivo parte de principios o hechos generales para probar situaciones particulares. Ejemplo: La CMS ha comprobado que en todos los países con altos índices de contaminación ambiental superiores a los establecidos por esta institución, existen enfermedades respiratorias.

En el método inductivo se parte de casos particulares para probar principios generales. Ejemplo: se han presentado varios casos de enfermedades respiratorias en el Estado de México, lo que prueba que existen elevados índices de contaminación ambiental.

4. **Compatibilidad.** Consiste en que dos tesis incompatibles se vuelvan compatibles. Ejemplo: la basura origina altos índices de contaminación, entonces ¿no se debería utilizar la basura para producir gas de manera natural?
5. **Interacción.** Se relaciona a un objeto, a una situación o a una persona con sus actos o resultados, por ejemplo: la empresa "X" sirve a la sociedad mediante la responsabilidad social porque cubre las necesidades de la población a través de sus productos sustentables.
6. **Citas y testimonios.** Se cita a una autoridad moral para fundamentar el argumento, por ejemplo: los efectos de la contaminación que se han expuesto son resultado de un estudio de la Organización de Naciones Unidas en el año 2018.



GUÍA DE ACCIÓN

Escribe las pruebas de tu exposición o discurso.

3.3.2.5 Refutación

La refutación consiste en exponer argumentos lógicos y emocionales para rechazar, cuestionar o anular los argumentos contrarios.

Se establecen los motivos de oposición al argumento que impulsarán a la audiencia a cambiar su opinión con respecto al argumento.

De acuerdo con Cicerón la refutación consiste en atenuar, rebajar o debilitar con nuestros argumentos las pruebas presentadas por el adversario.

La refutación es la destrucción de los tópicos que son utilizados por la parte contraria. En las exposiciones, debates o discusiones se pueden cuestionar o refutar las ideas. No hay técnicas específicas para atacar y defenderte, sin embargo, la refutación debe tomar en cuenta lo siguiente:

1. **Escuchar al oponente.** Permitir que hable, anotar lo que dice, esperar a que termine, estar atento a sus palabras y a su lenguaje verbal y no verbal.
2. **Anotar puntos fuertes y puntos débiles.** Escribir las afirmaciones válidas y a las que les falta exactitud, no sean actuales, tengan lagunas o haya falta de información.
3. **Identificar intenciones ocultas.** Percatarse de la carencia de visión, de perspectiva, falta de contundencia y a partir de lo anterior refutar los argumentos del oponente o reafirmar los de la exposición.
4. **Analizar cada uno de los argumentos.** Refutarlos con fundamentos. No se trata de rechazar por rechazar, ni de crear una confrontación, se sugiere demostrar la importancia de los argumentos.
5. **Estrategias de refutación.** Su finalidad es neutralizar la argumentación del oponente para lo que es necesario:
 - a) Identificar la falta de relación entre los argumentos del oponente y lo que está refutando.
 - b) Distinguir la diferencia entre los argumentos y su refutación: de excepcionalidad y casualidad. Es decir, demostrar que lo refutado no es común o que sucede de vez en cuando, o que la propuesta del opositor es solo una casualidad.



GUÍA DE ACCIÓN

1. Escribe dos refutaciones para tu exposición o discurso.

2. Presenta dos argumentos para anular las preguntas de refutación.

3.3.2.6 Conclusión

La conclusión es un elemento estratégico del discurso que requiere la mayor precisión posible. En ella se resumen los puntos más importantes, las recomendaciones y sugerencias.

La conclusión es un factor estratégico debido a que desde el punto de vista psicológico se recuerda mejor lo primero y lo último que escuchamos, por ello la conclusión requiere:

1. Reforzar los puntos más importantes.
2. Proponer sugerencias.
3. Convencer a la audiencia.
4. Relacionarse con el tema central.
5. Claridad, concisión y contundencia.

Revisión

Por supuesto una vez terminada la redacción del discurso es indispensable revisarlo para verificar que reúna los requisitos que se han estudiado en este capítulo. Cualquier discurso antes de presentarlo, debe learse minuciosamente para evitar errores y garantizar su correcta redacción.

Recuerda siempre revisar la ortografía y redacción de tus proyectos y trabajos. Consulta el diccionario y el manual de estilo de la RAE.

En el capítulo 5 en el tema Modelos de composición escrita, se estudian con mayor profundidad las reglas que han de observarse para redactar los diferentes tipos de escrito.



GUÍA DE ACCIÓN

Escribe un mínimo de dos conclusiones para tu exposición y coméntalas en clase.

3.3.3 Elementos de la comunicación no verbal

En un discurso, la comunicación no verbal necesita ser congruente con la comunicación verbal.

El lenguaje no verbal dice más de lo que estamos expresando de manera oral.

La comunicación no verbal incluye tres elementos: la proxémica, la kinésica y la paralingüística.

3.3.3.1 Kinésica

La kinésica estudia los gestos, miradas, movimiento de las manos y posturas.

- a) **Gestos.** Son expresiones faciales que acompañan la expresión verbal, pueden reforzar o contradecir el mensaje verbal; reflejan el estado emocional, por ejemplo, cuando reímos, lloramos, bostezamos. Sirven para evaluar la comunicación, por ejemplo, cuando asentimos con la cabeza de arriba abajo indicando que se está entendiendo el mensaje o bien pueden funcionar para ilustrar el mensaje, por ejemplo, si decimos algo que cause sorpresa podemos abrir los ojos y la boca para denotar esa emoción.



©Svetlana Lyutikova/Alamy Stock

- b) **Miradas.** La mirada es un medio que permite conectarse con el auditorio. Es importante mirar al auditorio de una manera general y después enfocarse en las personas más interesadas. A la gente siempre le gusta sentir que se le toma en cuenta.
- c) **Movimiento de las manos y postura.** Mucho del estado emocional de las personas se percibe a través del movimiento. El movimiento de las manos y la pos-

tura en el escenario son muy importantes, deben ser congruentes con lo que se habla; y, a la vez, expresar una actitud positiva, optimista y relajada. Algunas sugerencias son:

- Mantener una posición natural y erguida.
- Pararse correctamente. Evitar abrir demasiado las piernas o balancearse.
- Hacer movimientos naturales de las manos, evitar la exageración.
- Desarrollar un estilo propio.
- Evitar posturas negativas: no moverse, arrinconarse, esconderte en el atril.



Olegioski/Adobe Stock

En el escenario una postura erguida demuestra seguridad. La manera de caminar también debe transmitir seguridad; se sugiere utilizar zapatos cómodos.

Cuando se requiera enfatizar una expresión el orador puede apoyarse con movimientos más intensos de las manos y hacer movimientos más lentos o suaves cuando sea necesario disminuir la energía.

El cuerpo, postura y actitud son un mensaje de comunicación, por lo que es indispensable trabajar con un adecuado lenguaje corporal para reforzar el mensaje y propiciar la conexión emocional con el receptor.

El estado de ánimo se expresa a través del lenguaje corporal, es necesario tener una actitud positiva y que tu postura y movimientos la proyecten.

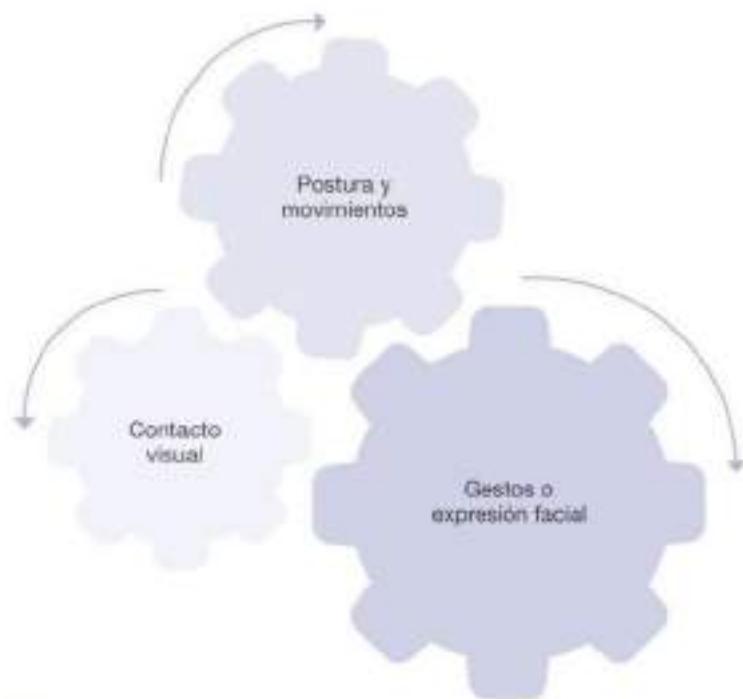


FIGURA 3.12 Kinesia: Elementos de la acción corporal.

3.3.3.2 Proxémica

La proxémica estudia la organización del espacio en el que se desarrolla la comunicación, incluye las distancias y desplazamientos.

Existen estudios de la proxémica acerca del manejo de la distancia. Hay cuatro tipos de distancia interpersonal (figura 3.13):⁴



FIGURA 3.13 Tipos de distancia de acuerdo con la proxémica.

⁴ Edward T. Hall en McEntee. *Comunicación oral para el liderazgo del mundo moderno*. McGraw-Hill, México, 2006.

- La distancia íntima es la que tiene máxima cercanía y contacto corporal, es de 0 cm a 0.5 metros.
- La distancia personal se da entre familiares y amigos, implica cercanía y alguna forma de contacto corporal no íntimo. Se presenta, por ejemplo, en conversaciones amistosas y está entre los 0.5 metros a 1.2 metros.
- La distancia social es entre 1.5 metros y 3.5 metros. Se presenta en la comunicación interpersonal y nos separa de las personas que no conocemos.
- La distancia pública es de más de 3.5 metros, no tiene un límite, por lo regular es la que se usa para hablar con un grupo de personas.

Las sensaciones del público varían con respecto a la distancia en que se encuentre el orador. Comunicarse en espacios pequeños y cerrados tiende a provocar incomodidad en las personas ya que se invade su espacio íntimo o personal.



Dietesnister/Adobe Stock

En cuanto al desplazamiento en el escenario, se sugiere efectuarlo tanto a los extremos como hacia el medio y calcular aproximadamente desplazamientos cada 45 grados.

3.3.3.3 Paralenguaje

El paralenguaje se refiere a los aspectos relacionados con la voz: sonidos, pausas y calidad de la voz. Incluye el control de la voz, volumen, tono, ritmo y velocidad.

La voz es una de las herramientas básicas del orador; su manejo correcto incide en el éxito de la exposición. Los elementos básicos que abarca el paralenguaje son:

- a) **Volumen.** Es la intensidad del sonido. El volumen dependerá de la distancia física entre el público y el orador, de la acústica de la sala, de los medios técnicos (micrófono) y de los ruidos ambientales. También es importante modular

- el volumen de la voz y la cadencia o velocidad con la que se habla. Hablar bien requiere introducir pausas en los momentos clave y modular la voz para evitar que sea plana o monótona; por ejemplo, la tristeza se expresa con un tono de voz mucho más bajo y el entusiasmo un tono más fuerte y con mayor velocidad.
- b) **Tono.** Característica de los sonidos que los clasifica en graves y agudos, esta inflexión de la voz varía de acuerdo con la emoción o intención del discurso. Es la habilidad de subir y bajar el tono de la voz para enfatizar las palabras y evitar caer en la monotonía y la falta de interés por parte del auditorio. Es importante especificar que el tono no es el volumen. Se recomienda aprender a calibrar la voz, es decir, expresarnos con distintas intensidades de acuerdo con el objetivo del mensaje.
 - c) **Ritmo.** Es la combinación y sucesión de acentos y pausas en el discurso. La voz requiere expresarse con un ritmo o cadencia para evitar la monotonía que proviene de la falta de ritmo y volumen.
 - d) **Velocidad.** La velocidad del mensaje influye en la claridad de expresión. Una exposición muy lenta aburre y una muy rápida confunde.

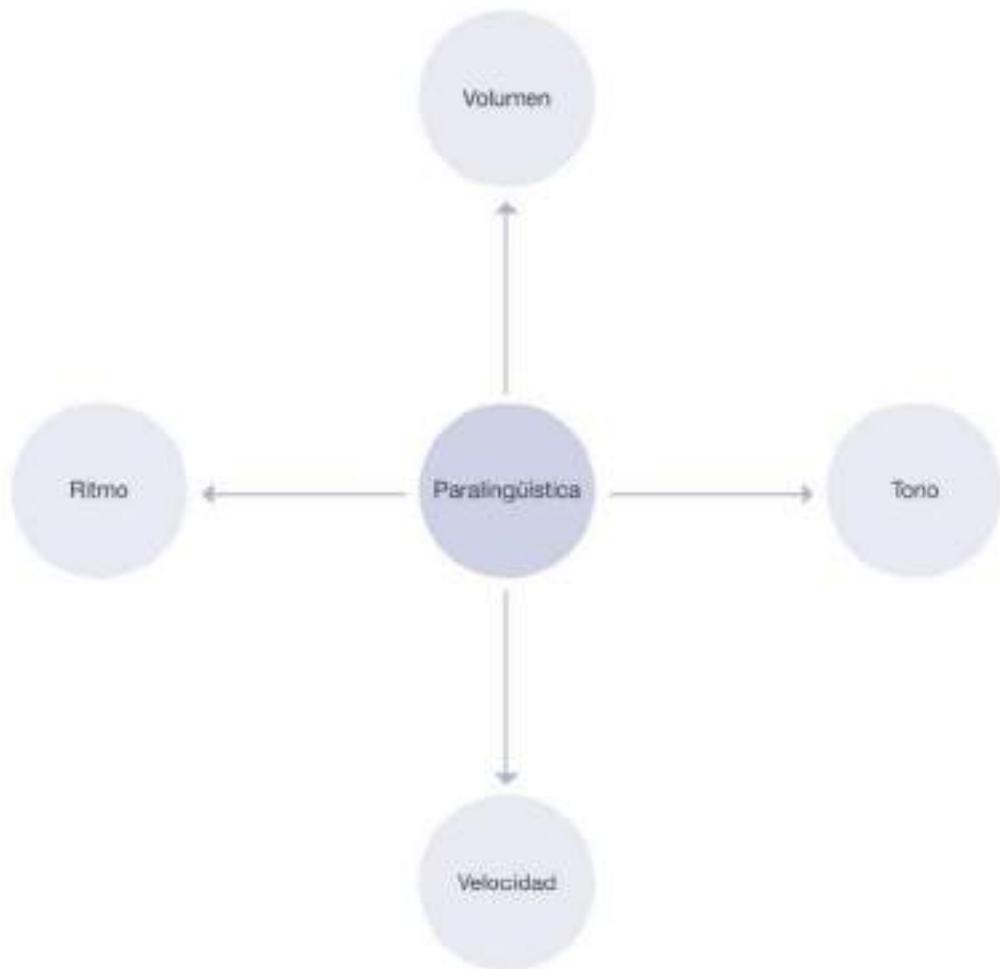


FIGURA 3.14 Elementos de la paralingüística.



VIDEO

Selecciona en TED alguna conferencia de tu interés. Anota en el siguiente espacio el tipo de lenguaje no verbal que utilizó el orador. Elabora un resumen con tus principales aprendizajes y coméntalo en clase.



EJERCICIOS DE REFUERZO

Revisa las técnicas para el manejo de la voz que se incluyen en la página web de la obra. Resuelve las preguntas y entrégalas a tu profesor para comentarlas en clase.



GUÍA DE ACCIÓN

1. En el siguiente espacio escribe el contenido de tu exposición.

2. Revisa cuidadosamente la ortografía y redacción. Apóyate en la Real Academia Española.
3. Lee tu discurso en voz alta, ensaya y aplica algunos elementos de la comunicación no verbal. Puedes ensayar frente a un espejo o ante tus amigos. Si te es posible graba un video y analízalo tomando en cuenta elementos de paralingüística, proxémica y kinésica.
4. Corrige y perfecciona tu exposición.

■ 3.4 Uso de los elementos técnicos

Los elementos técnicos son apoyos para la exposición oral.

La gente asiste a una conferencia para escuchar al conferencista, por eso es tan importante comunicar algo que realmente sea significativo para la audiencia. Algunos de los apoyos técnicos para hablar en público son:

3.4.1 Micrófono

El micrófono se utiliza para aumentar el volumen de la voz y también ayuda a variar el tono más fácilmente. Es un apoyo para la presentación oral. Algunas recomendaciones para utilizarlo son:

- Probar el micrófono antes de utilizarlo para ajustar los niveles del audio.
- Colocar el micrófono a una distancia adecuada. Se recomienda que esté ubicado a 10 cm de la boca. Si se aleja demasiado, el volumen disminuye y si se encuentra muy cerca las palabras se distorsionan.
- Evitar cambiar de mano el micrófono en forma constante.
- Utilizar la zona en la que se capte la voz correctamente.
- Evitar que la respiración se escuche a través del micrófono.
- Antes de la exposición revisa el sonido del amplificador para evitar que sea desagradable o que existan zumbidos.



© iStock/Adobe Stock

3.4.2 Diapositivas

Las presentaciones mediante diapositivas deben ser sencillas.

La tipografía es muy importante ya que hay algunas que desde el punto de vista de la neuropedagogía dificultan la lectura. Lo más aconsejable es utilizar un tipo de letra como la Helvetica o la Arial, que no tienen palines, con un tamaño que facilite la lectura. Evitar letras demasiado pequeñas.

3.4.2.1 Número de diapositivas y contenido. Regla 10/20/10

Aplica la regla 10/20/10 que se fundamenta en la curva de aprendizaje:

- Las diapositivas no deben exceder 10 líneas o renglones.
- La exposición no será mayor a 20 minutos.
- El número de las diapositivas máximo es de 10.
- La letra debe tener el tamaño y color apropiado para que el auditorio la perciba.

3.4.2.2 Infográficos

Los infográficos presentan de manera resumida datos estadísticos y conceptos. Proporcionan al cerebro imágenes que permiten el refuerzo del mensaje. La infografía enlaza los datos con el diseño y propicia emitir mensajes de forma concisa de tal manera que de una sola mirada el cerebro capta la información más importante, sintética y detallada.

3.4.3 Teleprónter

El teleprónter es un dispositivo electrónico que consiste en una pantalla de cristal transparente localizada enfrente de la cámara, que transmite el texto escrito para que el orador lo pueda leer de acuerdo con una velocidad específica. Es controlado por un operador y una computadora. La pantalla al ser transparente no puede ser vista por la audiencia. El fondo de la pantalla puede ser negro con letras blancas o blanco con letras negras, tiene distintos anchos de pantalla, tamaños de letra y velocidades que se adaptan a las necesidades del orador. La velocidad a la que corre el texto en ocasiones puede ser controlada a través de un sistema de pedal.

Antes de exponer es recomendable practicar y hablar con el operador del teleprónter acerca de la forma en que impartirá el discurso. También es necesario probar la velocidad, tamaño y color de letra, fondo y la visibilidad de la pantalla. Los operadores de este aparato seguirán el ritmo y velocidad del orador.

El teleprónter es utilizado comúnmente por locutores de noticias y políticos cuyos discursos o exposiciones son transmitidos por televisión o Internet. Este dispositivo es de gran ayuda para el orador siempre y cuando sepa utilizarlo.

Por lo regular todas las cámaras en el escenario cuentan con teleprónter, de esta manera el orador puede mirar en distintas direcciones y continuar con su discurso, para ello utilizan la técnica de hacer pausas para mirar de una pantalla a otra. En la actualidad existen teleprónters en línea y en aplicaciones.

3.4.4 Recursos audiovisuales

Para apoyar el discurso el orador puede hacer uso de videos, extractos de programas de televisión o películas relacionados con el tema. Estos funcionan solo como un apoyo.

nunca deberán sustituir la labor del expositor y, por supuesto, deben estar relacionados con el tema, reforzar la argumentación y respetar la propiedad intelectual del autor.

Los medios audiovisuales como los videos y las presentaciones en PowerPoint son herramientas, no deben distraer al auditorio del mensaje que se desea exponer; es decir, son un medio y no el fin de la conferencia.

Por último, sugiero que el ponente se presente con 30 minutos de anticipación en el auditorio para revisar sus condiciones. Muchas de las presentaciones fracasan debido a errores técnicos y logística inadecuados.

Es aconsejable llevar un *check list* para revisar que todos los elementos estén en buenas condiciones para garantizar que la conferencia pueda efectuarse de una manera adecuada. Algunos de los elementos básicos a considerar son: micrófono, proyector, pantalla, laptop, iluminación, sonido, baterías, agua, cables, ruido y probar que la presentación sea compatible con los equipos del lugar en el que se realizará la exposición (tabla 3.4).

Elemento	Si/No	Observaciones
Micrófono		
Proyector		
Pantalla		
Laptop		
Iluminación		
Audio y video		
Baterías		
Agua		
Escenario		
Disposición del auditorio		
Cableado		
Ruido		
Presentación		

TABLA 3.4

Lista de verificación de logística en el escenario previo a la conferencia.



GUÍA DE ACCIÓN

Elabora 10 diapositivas para tu exposición. Aplica las reglas estudiadas en este capítulo.



EVALUACIÓN SUMATIVA



I. AUTOEVALUACIÓN

Instrucciones: Anota una V si la aseveración es verdadera y una F si es falsa.

1. La investigación y documentación del tema son indispensables para establecer la estructura que sustenta la exposición. ()
2. La retórica es la teoría de la composición literaria y de la expresión del hablar. ()
3. Pathos es el conjunto de rasgos y modos de comportamiento que conforman el carácter o la identidad de una persona o comunidad. ()
4. Una sola audiencia puede tener varios tipos de públicos y las actitudes de unas personas pueden influir en los demás. ()
5. El objetivo específico del discurso es el resultado que se desea alcanzar con la conferencia. ()
6. El objetivo específico es el conjunto de resultados o acciones que apoyan el logro del objetivo general. ()
7. El número de ideas principales debe ser entre dos y máximo 10 dependiendo de la duración del discurso. ()
8. Para ordenar las ideas se elabora un esquema con los temas y subtemas que posteriormente pueden utilizarse para la elaboración del índice tentativo. ()
9. Un mapa conceptual es una gráfica en donde se presentan de manera ordenada las ideas, la secuencia lógica con la que se presentan los conceptos de un tema. ()
10. El discurso se integra por tres partes: introducción, proemio y conclusión. ()
11. El guion es un esquema en el que a partir del índice se desarrollan de manera resumida las partes y el contenido de la exposición. ()
12. Se sugiere una duración de la exposición no mayor a 20 minutos. ()
13. Todo discurso requiere una secuencia lógica y debe fundamentarse en una investigación para demostrar la validez del mensaje. ()
14. Las 3-C del discurso son: correcto, claro y conveniente. ()
15. La refutación es la exposición de los hechos o causas de la tesis del discurso. ()
16. La argumentación propone una tesis, que se prueba mediante ideas y datos. ()
17. La distancia pública se da en la comunicación interpersonal y varía de cultura a cultura. ()
18. La refutación consiste en exponer argumentos lógicos y emocionales para rechazar, cuestionar o anular los argumentos contrarios. ()
19. El estudio de la comunicación no verbal incluye tres elementos: la proxémica, la kinésica y la paralingüística. ()
20. La prueba es una técnica retórica que consiste en enumerar las proposiciones del asunto a tratar. ()



II. AUTOEVALUACIÓN EN LÍNEA

Comprueba tus avances y resuelve la autoevaluación del capítulo 3 de la página web de este libro.



III. CRUCIGRAMA

Resuelve el crucigrama del capítulo 3 del sitio web de este libro.



IV. GAMIFICACIÓN

Ingresá al sitio web de este libro. Diviértete y aprende con los contenidos que estudiaste en este capítulo.



V. PODCAST

Conoce el podcast de este capítulo que está en la página web. ¡Te encantará!



VI. CONCLUSIONES Y APRENDIZAJES

1. Anota cuatro conclusiones importantes que hayas obtenido del estudio de este capítulo.
2. Anota cuatro aprendizajes de los temas estudiados en este capítulo.
3. En clase realiza una presentación oral con las principales conclusiones de este capítulo. Recuerda utilizar las técnicas de la comunicación oral.

**ENSAYO Y PRESENTACIÓN AUDIOVISUAL**

Elabora un ensayo corto en el que apliques los conocimientos adquiridos en este capítulo y preséntalo de manera oral en clase.

**ENTREGABLES**

En la plataforma resuelve la sección de "Entregables" para este capítulo.



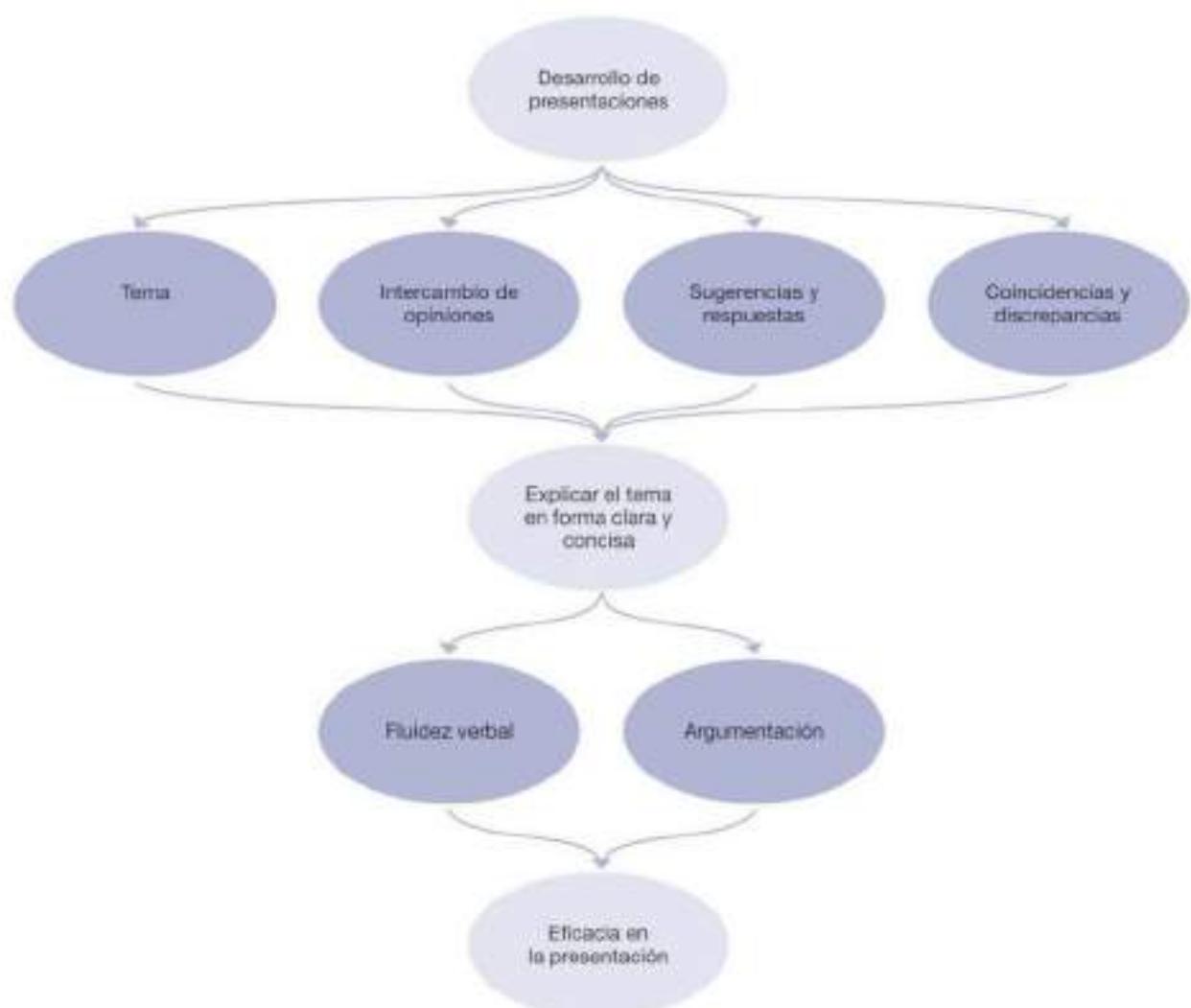
CAPÍTULO 4

DESARROLLO DE PRESENTACIONES



El lector desarrollará habilidades para:

- Aplicar los principios y técnicas de la comunicación oral para desarrollar presentaciones eficaces.
- Exponer presentaciones con distintos formatos.
- Utilizar recursos para propiciar el intercambio de opiniones de una manera eficaz.
- Responder cuestionamientos y aportar sugerencias, de acuerdo con las técnicas del discurso.
- Aplicar estrategias para abordar coincidencias y discrepancias con otras personas durante la exposición.
- Explicar el tema de forma clara y concisa.
- Presentar con fluidez verbal la exposición.
- Argumentar puntos de vista de manera clara y fundamentada.



VIDEO

Analiza el video que se presenta en la página web. Elabora un resumen y preséntalo en clase.

■ 4.1 Desarrollo del tema de la presentación

En los capítulos previos, se analizaron las características, metodología y principios básicos que debe reunir un discurso o exposición. La importancia de la comunicación oral para el desempeño profesional es innegable; seguramente a lo largo de tu vida existirán diversas ocasiones o eventos en los que tendrás que realizar presentaciones en público. De nada sirve que tengas valiosas ideas si no las expones de manera eficaz.

De la claridad, de la objetividad de tus argumentos, de tu estilo, de la empatía y persuasión que logres con el público, dependerá en gran parte el éxito de tus presentaciones, así como las oportunidades para ascender profesionalmente.

Es posible haber preparado y escrito un excelente discurso, sin embargo, si durante la exposición no se aplican las técnicas para desarrollar la presentación de manera correcta, esta puede resultar un fracaso. Por ello en este capítulo, se integran todos los conocimientos adquiridos con anterioridad para lograr con una mayor probabilidad de éxito el desarrollo de presentaciones (figura 4.1).

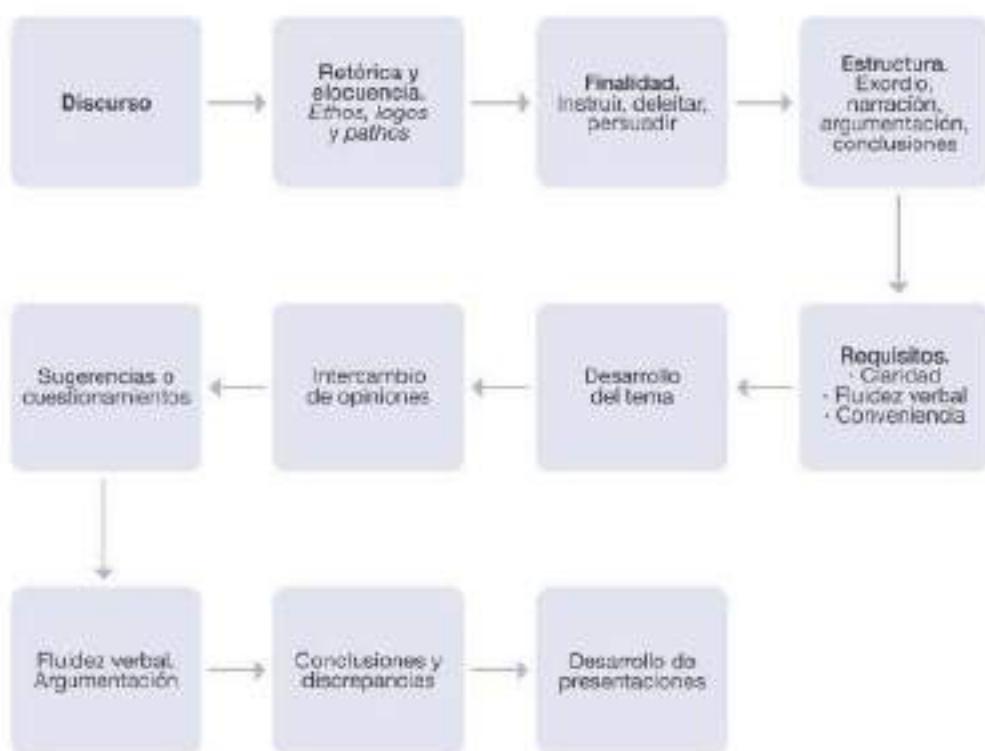


FIGURA 4.1 Desarrollo de presentaciones.

Tipos de formato para las presentaciones

El tipo de formato para la presentación depende del contexto, de la audiencia y del orador. El desarrollo del tema del discurso se puede realizar mediante cuatro formatos:

- Lectura.** El expositor lee a la audiencia el discurso escrito. La lectura requiere ser fluida y el tono de voz adecuado. La desventaja de esta técnica es que se pierde espontaneidad y naturalidad por lo que resta impacto al mensaje y la mayoría de las veces ocasiona el aburrimiento de la audiencia.

Si el orador es una persona de reconocido prestigio, la audiencia tendrá interés en escuchar el discurso. En ocasiones, la lectura se utiliza para suplir la mala memoria, falta de experiencia y de preparación del expositor, o bien, debido a que el contenido del discurso es tan importante que se necesita leerlo para no omitir ningún dato o cifra. Solo en el último caso es aconsejable leer el discurso, el ponente siempre debe prepararse para la presentación y evitar en lo posible la lectura del discurso.



Odeon_Pixat/Adobe Stock

- Memorización.** El orador escribe el discurso, lo estudia y memoriza para presentarlo a la audiencia. Para ser convincente, requiere manejar bien la entonación y que no parezca acartonado ni artificial.

La desventaja de este formato es que si se olvida alguna de sus partes es probable que el orador se descontrolé, se confunda y cometa equivocaciones debido al incremento de los niveles de estrés. Solo es aconsejable para expositores con buena memoria, con dominio del tema así como de la expresión verbal y no verbal.

- Improvisación.** Esta forma de exposición depende de los conocimientos, experiencia, talento y de la inspiración del orador. Se recomienda para expositores con gran dominio del tema y con experiencia en oratoria. Tiene ventajas como la espontaneidad y la naturalidad así como la empatía que se logra con el público.

Un inconveniente de este formato es que el expositor, al carecer de un guion, puede desviarse del objetivo del discurso, o divagar con otros temas. Por ello es aconsejable que antes de comenzar su discurso construya un guion mental o mapa conceptual con los temas más importantes y se base en estos al exponer el discurso.



© iStock/Adobe Stock

4. Estructurado con notas y apoyos técnicos. Implica la preparación previa del discurso, la redacción del guion y de las notas así como la elaboración de los recursos audiovisuales que servirán de apoyo durante la exposición.

Este formato es el más usual y aconsejable. Sin embargo, es necesario evitar apoyarse solamente en notas o diapositivas, lo más recomendable es preparar el tema, ensayar y estudiar el guion.



© iStock/Adobe Stock

En todos los casos, la práctica, la preparación, el dominio del tema, el ensayo y la aplicación de las técnicas de comunicación oral, propician que el desarrollo de presentaciones sea más eficaz.

En la tabla 4.1 se presentan sugerencias para desarrollar la presentación.

Antes de la presentación
<ul style="list-style-type: none"> • Prepara y ensaya la presentación. • Desarrolla un estado mental tranquilo y enfocado. • Llega con anticipación. • Revisa tu imagen física. • Prueba el equipo técnico de la presentación.
Al iniciar la presentación
<ul style="list-style-type: none"> • Inicia con una sonrisa y con autocorfanza. • Sigue el protocolo. Saluda y agradece. • Respira y enfócate. • Capta la atención del público mediante el exordio.
Durante el desarrollo
<ul style="list-style-type: none"> • No leas. • Explica el contenido con claridad. • Concede el tiempo a la audiencia para leer las diapositivas y para pensar, haz pequeñas pausas. • Calcula el tiempo de la presentación. <p><i>Comportamiento</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Cuida el lenguaje no verbal. • Mira al público. • Respeta al público. • Sonríe. • Utiliza el humor pero no abuses. • Recuerda el tono y el ritmo. • Cuida el lenguaje. • Responde y argumenta con objetividad.
Durante el cierre
<p><i>Resume la presentación</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Explica claramente las conclusiones. • Agradece la atención del público. <p><i>Inicia el turno de preguntas</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Sé proactivo. • Aprende a escuchar. • Repite y aclara las preguntas. • Responde inmediatamente. • No te irrites. • Apunta las preguntas y comentarios interesantes. • Agradece las preguntas.

TABLA 4.1

Sugerencias para el desarrollo de una presentación eficaz



GUÍA DE ACCIÓN

- Escribe un tema de exposición que reúna las siguientes características:
 - Aplica los elementos y técnicas estudiadas en los capítulos anteriores.
 - Puede ser el tema con el que has trabajado a lo largo del curso, o un tema que te apasione o domines, o alguno de los discursos que se relacione con tu carrera y que aparecen en la página web de este libro.
 - Puede ser un discurso profesional, deliberativo o de tipo personal.
 - La duración no será mayor a 10-20 minutos.
 - Ensáyalo con los cuatro formatos de presentación estudiados en este capítulo.
 - Preséntalo en clase.
- Evalúa el discurso con el formato que se presenta en esta sección.
- Entrega el discurso a tu profesor.



EJERCICIOS DE REFUERZO

Aplica tus conocimientos y resuelve los ejercicios de refuerzo que se incluyen en la página web de este libro. Preséntalos de manera oral en clase.

■ 4.2 Desarrollo del intercambio de opiniones acerca del tema presentado

El intercambio de opiniones enriquece la presentación e incrementa la empatía con el público, ya que lo involucra con el tema y aclara información.

Es muy común que al final del discurso se inicie una sesión de intercambio de opiniones, aunque este también puede realizarse durante la exposición. El orador da la pauta y debe comunicar al público el momento y duración en el que intercambiarán opiniones, para ello, existen diversas estrategias que se pueden utilizar con el público:

- a) Organizar dinámicas para propiciar su participación.
- b) Plantear propuestas y solicitar su opinión.
- c) Solicitar un resumen o integración de ideas.
- d) Proponer una sesión de preguntas y respuestas.

Es indispensable prepararse con anticipación para la sesión de intercambio de ideas, previniendo las posibles preguntas y comentarios que el público pueda plantear acerca del tema.

Sugerencias o lineamientos para un intercambio efectivo de opiniones entre el público y el orador:

1. Prepararse con anticipación.
2. Escuchar con atención a la persona que hace la pregunta.
3. Contestar las preguntas de forma clara.
4. Cuando no se conozca la respuesta a una pregunta:
 - a) Agradecer por la pregunta tan interesante.
 - b) Y comentar al público que se investigará y se ofrecerá la respuesta posteriormente.
 - c) Nunca hay que inventar la respuesta.
5. Repetir la pregunta en caso de que no se entienda.
6. Cuando la pregunta no sea de un tema conveniente se debe mirar a la persona al inicio y contestarla mirando al auditorio para no dar oportunidad de que siga insistiendo en el tema.
7. Crear un ambiente de apertura, respeto y diálogo.
8. Considerar que es una oportunidad de enriquecer y profundizar en el tema.
9. Cerrar la sesión.



GUÍA DE ACCIÓN

1. Con la presentación que realizaste en la Guía de acción del tema 4.1 solicita a tus compañeros que presenten preguntas y opiniones acerca del tema. El mínimo debe ser de seis preguntas.
2. Responde e intercambia opiniones.
3. Si tú formas parte del público, plantea dos opiniones o preguntas acerca del tema e intercambia ideas.



LECTURA COMPLEMENTARIA

Refuerza tus conocimientos. Estudia la lectura complementaria en la página web de la obra. Elabora un resumen y entrégalos a tu profesor para comentario en clase.

■ 4.3 Aportar sugerencias y responder cuestionamientos del tema

Aportar al público sugerencias del tema requiere persuasión.

Para influir en el público es necesario contar con credibilidad, prestigio y dominio del tema; sin estas características será imposible aportar sugerencias y que el público las apruebe.

Lineamientos para aportar sugerencias:

1. Fundamentar los argumentos.
 - Dominar el tema.
 - Mencionar que la idea ha sido aceptada por una autoridad.

Ejemplo: la idea de que los países deben combatir el calentamiento global para salvar el futuro de la humanidad ha sido aceptada en la mayoría de los países desarrollados, incluso la ONU la ha apoyado.

2. Prepararse para los posibles cuestionamientos que pueda tener la audiencia respecto al tema presentado.
3. Responder a las preguntas.
4. En caso de que el tema sea polémico, se puede integrar a otros participantes para que contribuyan con sus opiniones y respuestas.



GUÍA DE ACCIÓN

1. Aporta sugerencias al tema que presentaste en el apartado 4.1 apoyándote en el ethos, logos y pathos.

2. Persuade a tus compañeros y responde cuestionamientos.
3. Si formas parte del público, plantea cuatro cuestionamientos a las sugerencias.



EJERCICIOS DE REFUERZO

Aplica tus conocimientos y resuelve los ejercicios de refuerzo que se incluyen en la página web de este libro. Preséntalos de manera oral en clase.

■ 4.4 Coincidencias o discrepancias con otras personas

Algunas veces durante la exposición del tema surgen coincidencias y/o discrepancias. Es importante no considerarlas de manera personal, sino como algo natural.

El expositor puede enfrentarse a un público hostil y conflictivo. Algunas formas de hostilidad se manifiestan cuando ciertas personas platican, hacen ruidos, hablan por el celular durante la exposición o bien plantean preguntas incómodas o que causan polémica.



©pcit / iStock / Adobe Stock

Sugerencias para tratar a un público difícil:

1. **Argumentos objetivos.** Responder a las preguntas agresivas o discusiones siempre de manera objetiva; contestar con cifras, razonamientos, hechos y datos objetivos.
2. **Tranquilidad.** No tomarse los comentarios de manera personal y considerar que la diversidad de opiniones es una oportunidad de mejora.
3. **Inclusión.** En caso de que una persona agreea, incluir a otras personas de la audiencia en la respuesta para diluir la atención hacia todo el público y evitar el protagonismo del atacante.
4. **Discrepancias.** Responder con otra pregunta para restar fuerza al agresor y solicitarle soluciones.
5. **Respeto.** Evitar tomar las cosas de manera personal, rebajarse al nivel del atacante, insultar o involucrar emociones.
6. **Actitud.** Tener una actitud positiva, entusiasta y optimista. Suponer que el público tiene una actitud positiva y aprender a separar los aspectos negativos de los positivos.
7. **Acuerdos.** Ponerse de acuerdo con el público acerca de cuáles serán las reglas del proceso y asegurarse de que todos se comprometerán con lo acordado.

**GUÍA DE ACCIÓN****1. Expositor;**

Responde a coincidencias y discrepancias de la exposición que presentaste en el ejercicio del tema 4.1.

2. Público:

Plantea dos discrepancias y dos refutaciones del tema.

**EJERCICIOS DE REFUERZO**

Aplica tus conocimientos y resuelve los ejercicios de refuerzo que se incluyen en la página web de este libro. Preséntalos de manera oral en clase.

■ 4.5 Explicar el tema de forma clara y concisa

En capítulos anteriores se estudiaron las características de un discurso eficaz: claridad de propósito, de ideas y de expresión. Es indispensable presentar a la audiencia el tema de forma clara y concisa, esto se logra al establecer los objetivos del discurso, preparar el guion del discurso y tener claros los conocimientos acerca del tema.

Apegarse al guion o índice evita que el orador divague y propicia que se hable únicamente de los temas que se van a tratar.

De acuerdo con Dilts,¹ las cualidades universales de un buen comunicador son:

1. Establece resultados u objetivos explícitos y verificables.
2. Habilidad de observación necesaria para obtener retroalimentación respecto a la exposición.
3. Conducta flexible y capacidad de cambiar y ajustar continuamente su comunicación para conseguir el objetivo.

4.5.1 Fluidez verbal

A primera vista parecería que la fluidez consiste en el uso rápido y práctico de las palabras, sin embargo, además de la agilidad para hablar, para que exista fluidez verbal en el discurso, se requiere preparación.

La preparación es la base de la fluidez verbal.

Por ejemplo, un orador experto en comunicación puede poseer fluidez verbal en los temas que él domina, sin embargo, si se le indica que desarrolle un discurso sobre física nuclear, tema que desconoce, seguramente carecerá de fluidez verbal durante la exposición.

La fluidez verbal requiere de dos elementos:

¹ Dilts, Robert. *El arte de comunicar*. Rígden Institut Gavàlt. España, 2015.

1. **Preparación.** Va más allá de obtener la información correspondiente al tema, incluye también pensar y organizar las partes del discurso, poseer un vocabulario completo y preciso, una manera correcta de hablar y de respirar y todas las características de claridad que estudiaremos en capítulos anteriores. La preparación puede ser general o específica:
 - **Preparación general.** Se refiere a la preparación que adquirimos a lo largo de la vida mediante la lectura, el estudio, y tiene un valor muy grande. Generalmente el orador excelente posee una gran preparación obtenida a través de la lectura, que a su vez le proporciona una mayor riqueza de lenguaje.
 - **Preparación específica.** Se relaciona con la práctica del tema a tratar. En la medida que uno conoce un tema será más fácil expresarse con fluidez. El estudio, la práctica y la preparación son importantes para lograr una mayor fluidez verbal. Esto significa trabajo y práctica.
2. **Práctica.** Independientemente de la facilidad de palabra o del talento que se posea a nivel personal, para expresarse verbalmente siempre será necesario practicar, es decir, realizar exposiciones ante un público para obtener una mayor fluidez. Ningún orador ha destacado sin preparación práctica y esfuerzo.

Además de la preparación general y específica, la práctica, las lecturas complementarias, el estudio de esta obra y la resolución de los ejercicios, es necesario que te prepareas y practiques el arte de conversar con un grupo de amigos, esa es otra fuente de práctica para obtener mayor fluidez.

Enriquece tu vocabulario a través de la lectura y de la consulta de diccionarios, específicamente el de la Real Academia Española. Cuando tengas duda de alguna palabra consulta el diccionario. Y por supuesto elimina adjetivos y palabras que no significan nada y que son muletillas al hablar.

La expresión y la fluidez verbal son cuestión de práctica y si durante tus conversaciones enriqueces tu vocabulario estarás más preparado para expresarte mejor; por el contrario, si utilizas constantemente palabras como groserías, seguro te será más difícil utilizar un vocabulario adecuado cuando realices una exposición.

4.5.2 Argumentar puntos de vista

La lógica es un tema que el orador público debería profundizar pues explica los principios que rigen el uso del argumento y de la prueba.⁷

Es necesario saber argumentar, es decir, presentar razones lógicas y objetivas a fin de apoyar una idea. Para esto se debe tener en cuenta cómo construir el argumento y cómo contradecirlo para estar preparado ante los argumentos de los opositores. En la tabla 4.2 se presentan con preguntas para evaluar la calidad del argumento:

⁷ Carnegie, Dale y J. Berg Esemann. *El arte de hablar en público*. Editorial Taller de Éxito. Estados Unidos. 2017.

Evaluación del argumento	
I. El tema	
1. ¿Está claramente formulado?	a) ¿Los términos del enunciado significan lo mismo para cada una de las partes? b) ¿Existe confusión en cuanto a su propósito?
2. ¿El enunciado es correcto?	a) ¿Incluye suficiente información? b) ¿Tiene demasiada información? c) ¿Es confuso?
3. ¿Es discutible?	
4. ¿Cuál es el punto central?	
II. Las pruebas	
1. Los hechos presentados como prueba	a) ¿Son suficientes? b) ¿Son importantes en carácter? c) ¿Son mutuamente contradictorios? d) ¿Son admisibles, dudosos o contradictorios?
2. Los principios presentados como prueba son:	a) ¿Verdades propias de la experiencia en general? b) ¿Verdades propias de una experiencia específica? c) ¿Verdades como resultado de la experimentación? d) ¿Experimentos generales o específicos? e) ¿Experimentos autoritarios y concluyentes?
III. El razonamiento. Argumentos	
1. Inductivo	a) ¿Son los hechos suficientes para que la generalización sea concluyente? b) ¿Los hechos conciden solo cuando se consideran a la luz de esta explicación como una conclusión? c) ¿Han pasado por alto algunos hechos contradictorios? d) ¿Son los hechos contradictorios suficientemente claros como para ser aceptados como verdaderos? e) ¿Se demuestra que todas las posiciones contrarias son relativamente insostenibles? f) ¿Has aceptado simples opiniones como hechos?
2. Deductivo	a) ¿La ley o principio general están bien establecidos? b) ¿La ley o el principio incluyen claramente el hecho de que tú quieras deducir algo basado en ella? c) ¿La importancia de la ley o del principio justifican su injerencia en el tema? d) ¿Se podría demostrar que estas exagerando?
3. Casos	a) ¿Los casos son paralelos en suficientes puntos como para justificar una inferencia de causa o efecto similares? b) ¿Son válidos? c) ¿Hay otros paralelismos que apunten a una conclusión contraria más fuerte?
4. Inferencias. Conclusiones	a) ¿Las condiciones o antecedentes podrían producir argumentos en contra? b) ¿Las condiciones son claras o lo suficientemente numerosas como para que sean tomadas como hechos? c) ¿Son acumulativas y están de acuerdo una con la otra? d) ¿Podría haber condiciones que generen una conclusión contraria?

Fuente: Tabla adaptada por la autora de Carnegie-Dill y J. Berg Esterwein. *El arte de hablar en público*. Editorial Taller del Exito. Estados Unidos, 2017.

TABLA 4.2 Formato de evaluación del argumento

**GUÍA DE ACCIÓN**

1. De acuerdo con el discurso que estás elaborando, realiza las siguientes actividades; ya sea que desempeñes el papel de expositor o de receptor.

Expositor:

Plantea tres argumentos para responder a las refutaciones.

Público:

Refuta los argumentos del expositor.

2. Autoevalúa tu fluidez verbal con la escala de evaluación de la página web. Elabora una propuesta de mejora.

3. Autoevalúa la calidad de los argumentos de tu presentación. Utiliza el formato Evaluación del argumento.
4. Pide a tus compañeros que te evalúen y te retroalimenten.
5. De acuerdo con los resultados anteriores, ¿qué área de oportunidad o de mejora propones? Anota tu respuesta.



EJERCICIOS DE REFUERZO

Aplica tus conocimientos y resuelve los ejercicios de refuerzo que se incluyen en la página web de este libro. Preséntalos de manera oral en clase.



EVALUACIÓN SUMATIVA



I. AUTOEVALUACIÓN

Instrucciones: Anota una V si la aseveración es verdadera y una F si es falsa.

1. La presentación del discurso puede realizarse en tres formatos. ()
2. Los formatos para realizar la presentación del discurso son la improvisación, la memoria y la retórica. ()
3. El tipo de presentación que el orador elija depende de la situación, de la audiencia y del orador. ()
4. La presentación por memorización consiste en aprenderse de memoria el discurso y es la más recomendada. ()
5. En la exposición por medio de notas el orador lee a la audiencia el discurso escrito. ()
6. La desventaja de la exposición por medio de la lectura es que se pierde naturalidad e impacto. ()
7. La ventaja de memorizar el discurso es que si se olvida alguna de sus partes es probable que el orador se descontrolé y tenga que repetir las frases nuevamente. ()
8. La técnica de improvisación depende de los conocimientos, experiencias y de la inspiración que tenga en el momento el orador. ()
9. Son desventajas de la improvisación la espontaneidad y la naturalidad así como la empatía que se logra con el público. ()
10. El discurso estructurado con notas implica la preparación previa del discurso, la redacción del guion o esquema y de notas o apoyos audiovisuales que servirán de apoyo al momento de la exposición. ()
11. El discurso estructurado con notas implica la práctica del discurso en voz alta. ()
12. El orador da la pauta y debe comunicar al público el momento y la duración en el que intercambiarán opiniones. ()
13. El orador puede establecer diversas estrategias para intercambiar opiniones: organizar dinámicas para que la gente participe; plantear propuestas y solicitar la opinión del público; proponer una sesión de preguntas y respuestas. Esta última es la más común. ()
14. En el caso de que el orador no conozca la respuesta a una pregunta lo mejor es decirlo. ()
15. Si el orador es atacado con preguntas o discusiones durante el discurso siempre debe contestar con cifras, razonamientos, hechos y datos objetivos. ()
16. Si el orador es agredido durante el discurso debe tomárselo de manera personal y contestar de acuerdo con lo que sienta en el momento. ()
17. En caso de discrepancias el orador debe responder con otra pregunta para quitar fuerza al atacante y solicitarle soluciones. ()

18. Aportar al público sugerencias del tema no implica persuasión. ()
19. Para que el orador logre influenciar al público se requiere credibilidad, sin esta será imposible aportar sugerencias y que el público las apruebe. ()
20. Una forma de dar una sugerencia es mencionar que la idea ha sido aceptada por una autoridad. ()



II. AUTOEVALUACIÓN EN LÍNEA

Comprueba tus avances y resuelve la autoevaluación del capítulo 4 de la página web.



III. CRUCIGRAMA

Resuelve el crucigrama del capítulo 4 del sitio web.



IV. GAMIFICACIÓN

Ingresá al sitio web de este libro. Diviértete y aprende con los contenidos que estudiaste en este capítulo.



V. PODCAST

Conoce el podcast de este capítulo que está en la página web. ¡Te encantará!



VI. CONCLUSIONES Y APRENDIZAJES

1. Anota cuatro conclusiones importantes que hayas obtenido del estudio de este capítulo.
2. Anota cuatro aprendizajes de los temas estudiados en este capítulo.
3. En clase realiza una presentación oral con las principales conclusiones de este capítulo. Recuerda utilizar las técnicas para exposición de discursos.



ENSAYO Y PRESENTACIÓN AUDIOVISUAL

Elabora un ensayo corto en el que apliques los conocimientos adquiridos en este capítulo y preséntalo de manera oral en clase.



ENTREGABLES

En la plataforma resuelve la sección de "Entregables" para este capítulo.

■ Bibliografía

- Ander-Egg Ezequiel y Marfa José Aguilar Idáñez. *Cómo aprender a hablar en público*. Lumen Bolsillo. Argentina, 2012.
- Aristóteles. *Retrórica*. Editorial Porrúa. México, 2017.
- Cernacho Muñoz Raúl y Rodríguez Gómez Óscar. *Compilaciones sobre la enseñanza de la comunicación*. Universidad Autónoma de San Luis Potosí. México, 1998.
- Carnegie Dale y J. Berg Esenwein. *El arte de hablar en público*. Editorial Taller del Éxito. México, 2017.
- Cicerón, Marco Tullio. *El orador*. Ed. y trad. A. Tovar y A. R. Bujaldón, Consejo Superior de Investigaciones Científicas. Madrid, 1992.
- Clevenger, Jr. Theodore y Matthews Jack. *The Speech Communication Process*. Glenview, 111., Scott, Foresman and Co. Estados Unidos, 1971.
- De Moragas M. *Sociología de la comunicación de masas II. Estructura, funciones y efectos*. Editorial QG Mass Media. México, 1986.
- Dilts Robert B. *El arte de comunicar*. Colección two win. Editorial Rigden Institut Gestalt. España, 2015.
- Fonseca, Socorro. *Comunicación oral y escrita*. Editorial Pearson. México, 2011.
- González Sonia A. *El ABC de la comunicación efectiva: hablada, escrita, escuchada*. Editorial Grupo Nelson. Argentina, 2011.
- Hall, Michael. *The sourcebook of magic*. Crown House Publishing Limited. USA, 2007.
- Hall, Michael. *Lines for changing minds*. Empowerment Technologies/NeuroSemantics Publication. Estados Unidos de América, 2005.
- Ibáñez Marle Roberto. *Historia del pensamiento. Lecturas 1*. Editorial Universidad Panamericana. México, 2000.
- Jensen Sonja. *Cómo presentar para convencer. Guía para cautivar e inspirar al público*. Editorial Bresca Proliit. España, 2006.
- Luján Mora Sergio. *La comunicación oral. Claves para realizar buenas presentaciones*. Ediciones de la U. Colombia, 2014.
- Marco Tullio Cicerón. *El orador*. Alianza Editorial. España, 2017.
- McEntee Eileen. *Comunicación oral para el liderazgo en el mundo*. Editorial McGraw-Hill. México, 2006.
- McQuail Denis y Windahl Sven. *Communication Models for the Study of Mass Communication*. Routledge. USA, 2013.
- Münich Lourdes. *Liderazgo y dirección*. Editorial Trillas. México, 2015.
- Narula Uma. *Handbook of Communication Models, Perspectives, Strategies*. Atlantic Publishers & Distributors. USA, 2006.
- Niño Rojas Víctor Miguel. *Competencias en la comunicación. Hacia las prácticas del discurso*. ECOE Ediciones. México, 2015.
- Platón. *Diálogos*. Editorial Porrúa. México, 2016.
- Platón, Aristóteles, Cicerón, Quintiliano. *El arte de hablar bien y convencer. Manual del orador*. Edición, introducción notas Santiago A. López Navia, 8^a reimpr. Planeta. México, 2000. 95 pp.
- Quintiliano, Marco Fabio. *Instituciones oratorias*, trad. I. Rodríguez y P. Sandier, Hernando. Madrid, 1942.
- Schramm Wilbur. *La ciencia de la comunicación humana*. Editorial Grijalbo. México, 1991.
- Vargas Gaby. *La imagen del éxito*. Editorial McGraw-Hill. México, 2015.

Webgrafía

- Amudavalli A., University of Madras. <http://ejppg.infibnet.ac.in>
Diccionario de la Real Academia Española. dle.rae.es
Fouger Davis, An Ecological Model of the Communication Process. Abril, 2004.
<http://davis.fouger.info/papers/ecologicalModelOfCommunication.htm>

PARTE II

Comunicación escrita

Alejandro Hernández Palafox



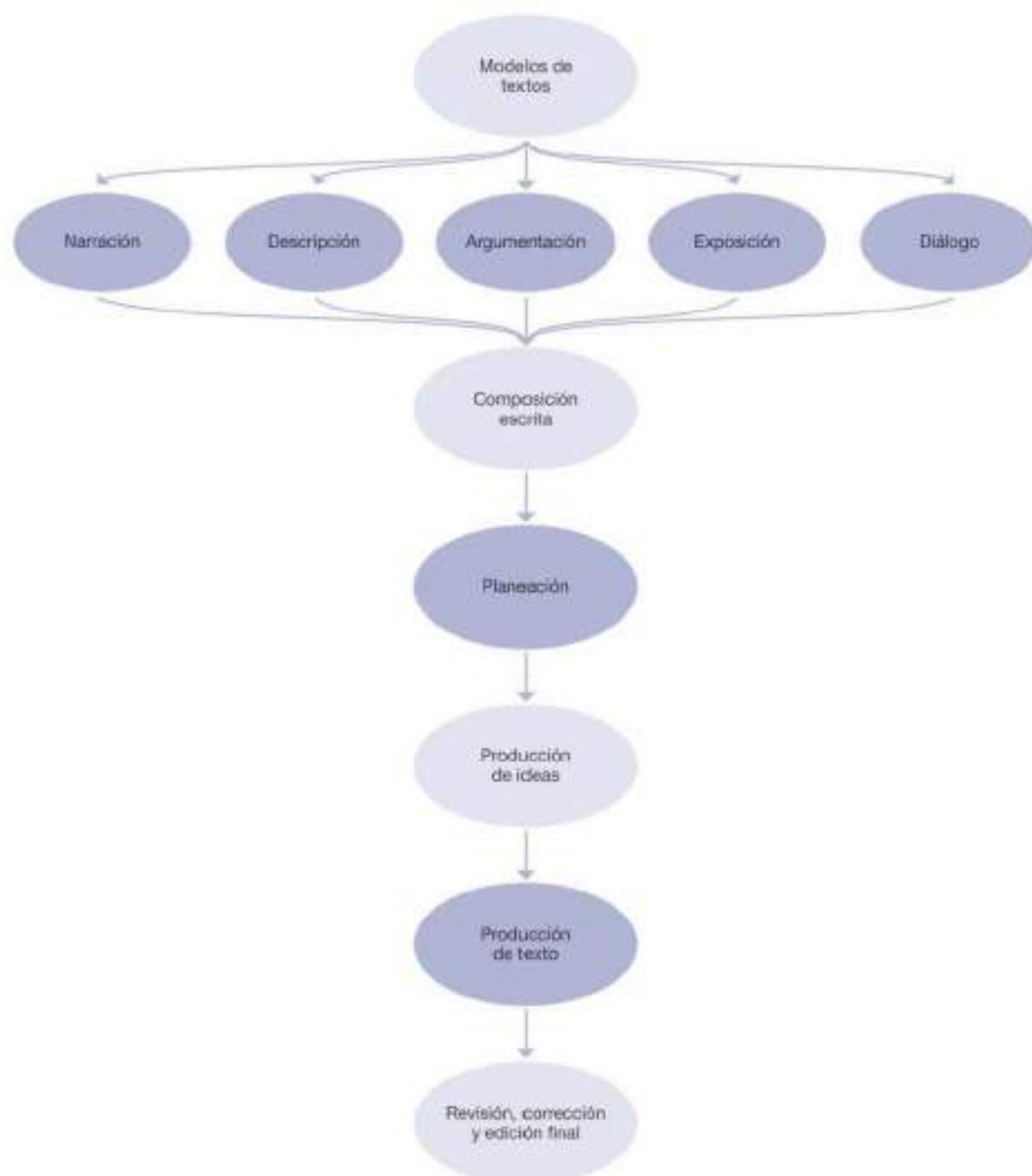
CAPÍTULO 5

MODELOS DE TEXTOS Y MODELOS DE COMPOSICIÓN ESCRITA

"Escribir es un oficio que se aprende escribiendo".
Simone de Beauvoir

El lector desarrollará habilidades para:

- Analizar los diversos modelos de textos.
- Definir qué es narrar y cuáles son los tipos y los elementos de la narración.
- Explicar qué es una descripción, cuáles tipos hay y cómo elaborarla.
- Explicar qué es argumentar y para qué sirve, así como su estructura y elementos.
- Describir qué es una exposición y en qué se diferencia de la argumentación.
- Explicar qué es un diálogo y para qué sirve.
- Conocer y ejercitarse el proceso para producir textos desde su planeación hasta su presentación final.
- Aplicar principios y desarrollar habilidades para expresarse por escrito de manera efectiva, clara y concisa.



■ 5.1 Modelos de textos

Existen diversos modelos de textos que han venido gestándose y perfeccionándose a lo largo del tiempo. Nadie puede afirmar que no se crearán otros, porque el lenguaje, los contextos y las necesidades de expresión siempre están en evolución.

Ahora, sin embargo, contamos con modelos fundamentales, cuyo conocimiento nos permite resolver diversas situaciones profesionales o personales. Aquí vamos a presentar cinco de ellos:

5.1.1 Narración

Narrar viene del latín narrare, que significa contar, es decir, hacer a otro conocedor de un fragmento de la vida o de una historia completa que uno sabe y comparte.

Puede haber narraciones orales o escritas. Aquí vamos a referirnos a las escritas.

Otra forma de clasificar las narraciones es en verídicas y ficticias, aunque quizás sea más exacto decir que hay narraciones que relatan hechos y otras que cuentan ficciones. Si alguien presenta como verídicos hechos ficticios, podemos abrir una tercera clasificación: narraciones falsas.

Se trata de contarle algo a alguien, normalmente de interés para ambos. Pero no siempre es así. Una persona puede querer narrar un suceso porque le interesa mucho, sin que ello implique que le interese espontáneamente al receptor. A la inversa, alguien puede verse obligado a narrar algo no porque le interese a él o ella sino porque le interesa a quien quiere conocer la historia y sus detalles. Al margen de ello, quien narra relata un suceso que tiene un principio y un final, con excepción de los casos de hechos reales que no han llegado a su desenlace.

La narración, acción y efecto de contar, relata un hecho que evoluciona, un suceso en el que pasa algo.

Se narra un acontecimiento histórico, una anécdota personal, una fiesta familiar, una discusión en el Congreso, un encuentro deportivo o una sesión de Consejo.

Profesionalmente, puedes verte en la necesidad o percatarte de la conveniencia de relatar un acontecimiento porque ese hecho origina o justifica, por ejemplo, una petición, un reclamo o un ofrecimiento de servicio.

5.1.1.1 Narración en primera, segunda y tercera persona

La narración puede realizarse en primera persona o en tercera persona y, en la literatura, incluso puede hacerse una narración en segunda persona.

En primera persona, el narrador se encuentra dentro del relato, ya sea como protagonista, personaje secundario o testigo:

Llegué a las nueve de la mañana y me extrañó que no hubiera nadie en la oficina. En el área de escritorios oí que sonaba un teléfono eternamente. Me asomé a los privados de la gerente y del subgerente y no había nadie. Estaba solo en todo el piso. ¡A las nueve de la mañana! Entonces...

En este ejemplo, desde la primera frase se crea una expectativa. ¿Por qué, qué pasaba, qué sucedió después?, se preguntará probablemente quien lee este párrafo. Se ha prendido de la historia sin saber de qué se trata. Y el protagonista es quien la está contando. Pues que siga, que lo cuente todo.

Narrar en tercera persona es sustraerse de la acción y relatarla desde una mirada omnipresente, como si el autor pudiera estar a la vez en todas partes, atributo que es, según el *Diccionario de la Real Academia Española* (DRAE), "solo de Dios".

Cuando se narra en tercera persona se tiene libertad de contar lo que le sucede a Juan en el Himalaya y a la vez lo que le pasa a Elena en la Ciudad de México y a Ernesto en Texas, personajes que, tal vez, vean entremezcladas sus vidas más adelante en un conflicto o en un negocio, una aventura en África o una situación confusa en la colonia Del Valle.

En la vida cotidiana, narramos en primera o en tercera persona espontáneamente: si cuento lo que me sucedió a mí lo hago en primera persona y si refiero una anécdota de otro, lo hago en tercera persona.

En literatura, el narrador elige. Antes de escribir tiene que resolver qué prefiere o qué es lo más conveniente para la narración, qué puede ser más atractivo o más interesante. Si voy a contar una historia de terror, ¿la narro en primera o en tercera persona? ¿Y lo haré desde la perspectiva del niño, del padre o de la abuela? ¿Qué enfoque, qué ritmo, qué tono va mejor con la historia y cómo puede causar más impacto?

Véamnos el ejemplo ya citado, pero ahora en tercera persona:

Alberto llegó a las nueve de la mañana y se extrañó de que no hubiera nadie en la oficina. En el área de escritorios oyó que sonaba un teléfono y nadie fue a contestar. Se asomó a los privados de la gerente y del subgerente y no había nadie. Estaba solo en todo el piso. ¡A las nueve de la mañana! Entonces...

¿Qué opinas? ¿Crees que esta historia será más emocionante si se cuenta en primera persona o en tercera? Quizá si lo discutieramos no nos pondriamos de acuerdo. Pero si tú eres el narrador, tú decides.

5.1.1.2 Narraciones cronológicas y/o con ruptura temporal

La mayoría de las narraciones suelen ser cronológicas, es decir, que siguen la secuencia natural del tiempo. Así, un relato empieza, por ejemplo, cuando el narrador escucha unas sirenas de bomberos y concluye cuando llega a la calle en la que vive y se da cuenta de que lo que se está quemando es su casa. O da inicio con el nacimiento de un niño y termina cuando, a los ochenta años, el protagonista toma conciencia de que está solo, sentado en un parque o viendo a través de su única ventana.

Una narración puede empezar cuando los integrantes de un Consejo de Administración llegan a la sala y concluir cuando deciden cambiar al director de la empresa.

Hay otras estructuras, desde luego, como cuando una narración comienza por el final y a partir de allí, con vueltas en el tiempo, lo que en el cine se conoce como *flashback*, se relata la historia:

El día que lo iban a matar, Santiago Nasar se levantó a las 5:30 de la mañana para esperar el buque en que llegaba el círculo.

Primeros renglones de Crónica de una muerte anunciada, de Gabriel García Márquez.

También puede ser que la narración comience a la mitad de la historia y, mediante sucesivos rompimientos temporales, se vaya completando el relato.

Eso sucede decidirás en función de la preferencia del autor, según le parezca más conveniente o más interesante. Se dice, por ejemplo, que si *Pedro Páramo*, de Juan Rulfo, se ordena cronológicamente, pierde mucho de su magia, sorpresa y profundidad.

Saber narrar te brinda grandes posibilidades en diversos campos: desde el gusto de reconstruir y transmitir una anécdota personal hasta la satisfacción de convencer a personas o instituciones de apoyar una causa humanitaria; desde impulsar emotivamente un proceso de venta hasta conseguir socios para un proyecto; desde animar a alguien a partir de la motivación que genera un buen relato, hasta contribuir a la continuación de una tradición familiar.

Y ahora, qué tal si ensayamos contarnos por escrito:

- La primera vez que condujiste una bicicleta o un automóvil.
- Una conversación memorable con tus padres o un maestro.
- Una anécdota que te dejó una enseñanza para la vida.

Es probable que, para escribir el ejercicio anterior, como se trata de una experiencia tuya, te sientas dispuesto a empezar ahora mismo, pero será mejor si meditas un poco en ello, para lo que te recomendamos tener en cuenta lo siguiente:

Elementos del ambiente o del entorno. ¿Era de mañana o anochecía? ¿Estaba lloviendo? ¿Hacía frío? ¿Estabas en tu casa o habías llegado a una ciudad desconocida? ¿Acababa de pasar algo digno de celebrarse o una tragedia? Las preguntas pertinentes y sus respuestas aportarán la atmósfera al relato, dado que esta se nutre principalmente de la percepción de aquél que vivió la experiencia.



©Sergio Gómez/Adobe Stock

Elementos de tu interior. ¿Cuál era tu ánimo, tu circunstancia, qué te aquejaba o te entusiasmaba? ¿Estabas triste, indeciso, feliz, atribulado? ¿O te sentías en un momento de confusión sentimental? ¿Por qué?

Elementos clave del relato. ¿Cómo se construyeron los hechos? ¿Saliste a caminar incluso sin saber por qué y fue entonces que encontraste a esa persona? ¿Cómo se generó el conflicto, de ser el caso? ¿En qué momento o por qué de pronto sentiste que habías dado con la solución? ¿Cuál fue la frase de tu maestra que te hizo decidir que no volverías a quejarte de nada? ¿Cómo fue que de niño te extraviaste y cómo te sentiste en esos larguísimos tres minutos parado en el centro de la plaza de una ciudad desconocida?

Cómo empezar. Recuerda que la otra persona no tiene obligación de escucharte o leerte. Tienes que llamar su atención. Es indispensable encontrar una frase, una imagen, una idea que atraiga, ya sea porque resulta curiosa, enigmática, sugestiva o porque implica una interrogante, un misterio, una invitación irrenunciable a querer saber qué pasó. Por ejemplo: "Recuerdo el día en que tomé conciencia de que existía la muerte". O algo menos trágico, incluso intrigante o divertido: "Desde que salí con Andrea, decidí no volver a comer chocolate".

Desarrollo. Una buena narración es una sucesión de eslabones de interés, de manera que el lector vaya siguiendo la historia interesado, inquieto, incluso olvidado de sí mismo. Por ejemplo:

Entonces le llamé a Martha, la puntualísima Martha. ¿Por qué no estaba allí si siempre llega a las ocho y media? Pero no me contestó. Tampoco lo hizo Juan Ángel. Ni Ramiro. Senti que no se trataba únicamente de estar en la oficina solo sino de estar solo de verdad. Solo. Dudé, pero me animé a marcar el celular del subgerente. Dónde estaban todos. Escuché con ansiedad el sonido de mi llamada. Marqué tres veces, cada vez más desconcertado. El subgerente tampoco contestaba.

En este caso el relato no cesa de sembrar interrogantes. ¿Qué estaba pasando? Uno puede imaginar al lector o al interlocutor pensando o diciendo: cuéntame.

Un buen cierre. Una narración, como cualquier partido deportivo, no termina hasta que termina. Prepara un buen remate. Puede ser sugestivo, trágico, divertido, didáctico o lo que prefieras. Pero debe llevar en sí mismo el último acorde, como lo traen consigo una buena canción o una sintonía. Un cierre que te evite decir: Y con esto termino. Un buen remate no necesita esa obviedad porque, más allá de que corresponda a los últimos renglones, tiene un claro sabor a final.

Recuerda que, de todo lo mencionado aquí a manera de ejemplo, debes incluir solo lo pertinente, lo que da fuerza, acción, emoción, misterio, atractivo a la narración, es decir, que todo lo que incluyas esté allí no como relleno sino como ingrediente necesario y valioso.

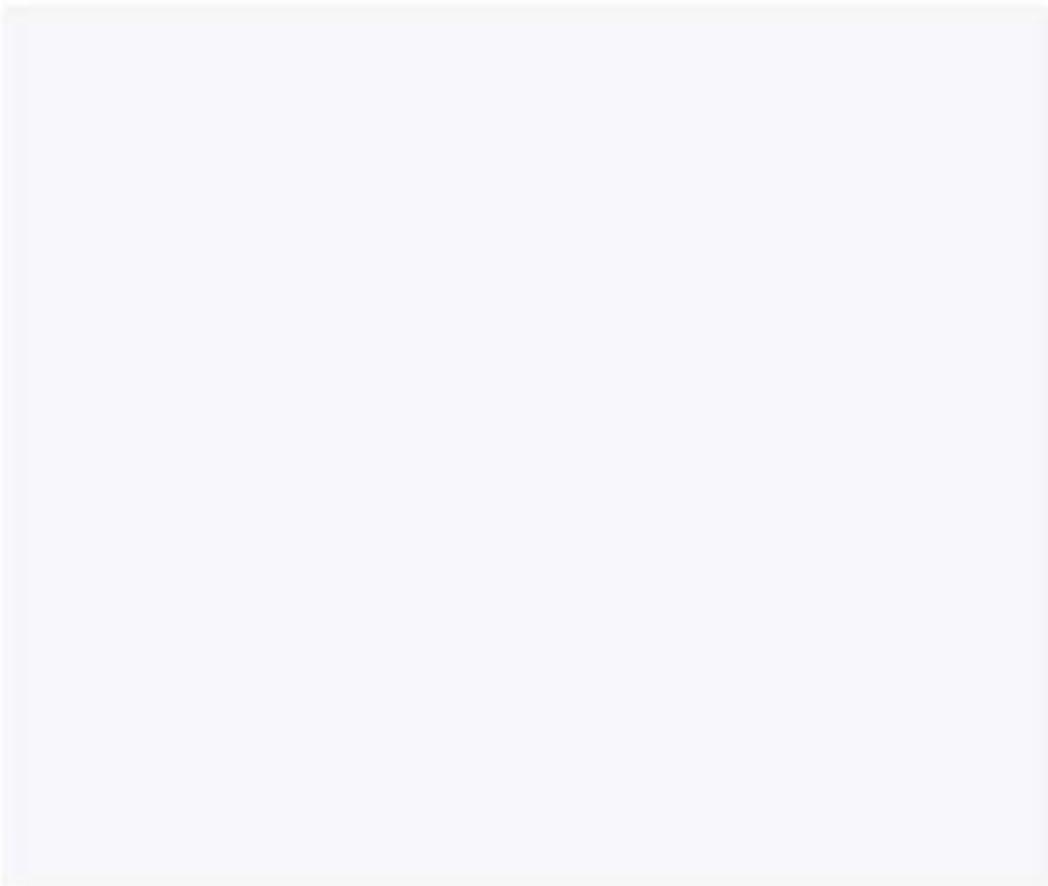


GUÍA DE ACCIÓN

Ahora sí, ¿nos cuentas esa historia que te emociona? Recuerda que los temas propuestos son:

- La primera vez que condujiste una bicicleta o un automóvil.
- Una conversación memorable con tus padres o un maestro.
- Una anécdota que te dejó una enseñanza para la vida.

Desde luego, puedes acordar con tu docente otros temas para elegir.



EJERCICIOS DE REFUERZO

Lee los ejemplos de narración que se incluyen en el sitio web de esta obra y realiza las actividades relacionadas.

5.1.2 Descripción

La descripción es otro modelo de texto fundamental. Describir es representar o detallar a alguien o algo mediante el lenguaje.

Describir nos permite transmitir una imagen, por ejemplo un rostro, una vestimenta, un horizonte, un estadio, pero también una impresión, una circunstancia, un ambiente tenso o festivo.

Describimos cosas o personas, como tu recámara, tu parque favorito, el rostro de tu papá cuando le dijiste que querías estudiar baile, la expresión del policía cuando llegó a la esquina donde había ocurrido un accidente, pero también existencias inmateriales, como la atmósfera de un acontecimiento, las sensaciones, las actitudes, el entusiasmo, el silencio, es decir, aquello que no solo da cuenta de cómo es

o se comporta una persona, un objeto, un animal, un fenómeno de la naturaleza o un grupo de manifestantes, sino también aquello que de alguna forma traslada al lector al lugar de los hechos, de tal forma que no solo sepa sino también sienta, huele, escuche y vea lo que se le está describiendo, lo que se aplica también para la narración.

Pasos para elaborar una descripción:

- Observar.** La observación es la fuente de la descripción. No basta con ver o con estar allí, es necesario observar cómo es la persona o las personas, cómo visten, qué hacen y cómo lo hacen; cómo es el modelo robótico que se exhibe, cómo es la fruta, el puente; cómo es la madrugada, el atardecer, la temperatura; ¿y qué sugieren los gritos: determinación o miedo? ¿Qué se percibe esa noche en el ánimo de unos huelguistas que van para sesenta días de paro? ¿Qué es el ambiente?: ¿Hay tensión, tranquilidad, desesperanza, antagonismo? ¿Cómo se manifiesta esa emoción o sentimiento: está en el aire, en los rostros, en las conversaciones a media voz? Si, hay que observar porque si no, a pesar de haber estado allí, no tendremos mucho que contar o nuestra descripción será deficiente.
- Ahora bien, ¿qué pasa cuando la descripción es de una persona imaginaria o de un hecho ficticio, como ocurre con frecuencia en la literatura? ¿Cómo se aplica la observación sobre algo que no existe? En el caso de la ficción, los elementos puestos en ella han sido tomados de aquí y de allá, de la observación, la memoria y la experiencia del autor, y con ese bagaje crea personas, cosas, lugares, circunstancias. Es decir, aun cuando se trate de ficción, tendrá su base en la observación.
- Revisar y seleccionar datos.** Describir no es incluir todos los ingredientes. No siempre más es más. A veces hay que seleccionar solo dos o tres elementos, aquellos que mejor reflejan cómo es algo o alguien. No tenemos que utilizar todos los elementos observados. Primero porque hacerlo saturaría la descripción y ocultaríamos sin querer lo relevante, y segundo porque el texto y el lector salen ganando: es mejor incrustar pinceladas significativas que detalles en exceso.
- Construir la descripción: selección de palabras.** Si los elementos observados no encuentran correspondencia en las palabras (los sustantivos y los adjetivos, los verbos y los adverbios elegidos), no se proporciona información valiosa ni se produce el efecto deseado. Se trata de buscar y encontrar las palabras adecuadas, aquellas que reflejan con precisión lo que queremos decir y que harán que el lector vea a través de lo que escribimos.
- Revisar el texto.** Nunca se insistirá de más en la importancia de revisar el texto hasta asegurarnos de haber logrado la mayor fluidez expresiva y la más fiel descripción, así como de haber evitado vicios del lenguaje, vaguedades conceptuales, errores por repetición no deseada, por cacofonía, ambigüedad, etcétera. Si asumimos un compromiso con el rigor expresivo y la pulcritud en la forma, tendremos mayores posibilidades de acercarnos a estas cualidades de un buen texto.

Los tipos de descripciones son tantos que resultaría imposible abarcálos todos, y además siempre están surgiendo innovaciones, pero podemos presentar aquí las dos más recurrentes: la descripción directa y la interpretativa.

- Descripción directa.** Es aquella que se abstiene de adjetivos y de juicios de valor. Dice cómo es alguien o algo, apoyándose lo más posible a datos. Es, diríase, la descripción objetiva. Por ejemplo:

El joven tiene veinte años y pesa cuarenta y nueve kilos. Llegó al penal de la Sierra el 4 de octubre y hoy, 13 de diciembre, comparece ante el juzgado para su primera audiencia, acusado de homicidio. Es de tez morena clara y ojos color café. Cuando el juez o el ministerio público le hacen una pregunta, mueve la cabeza para decir no. Dos horas después de iniciada la sesión, ha dicho que no con la cabeza treinta y dos veces.

- b) **Descripción interpretativa.** En esta, el narrador no solo aporta datos, sino que se permite interpretar las actitudes, procurando, desde luego, reflejar lo que ve para contarla con la mayor fidelidad posible. Para hacer este tipo de descripciones, cuya realización requiere más dominio y experiencia, hay que multiplicar la capacidad de observación y de transmisión. Se trata, claro, de un ejercicio abiertamente subjetivo. No solo es lo que ve el autor, sino también lo que siente y lo que deduce. Por ejemplo:

Es joven, apenas si rondará los veinte años, y delgado, con sus menos de cincuenta kilos. Sus ojos, de color marrón, ven casi con inocencia, pero hay tal carga de ira en ellos, que quien está frente a él no puede evitar mantenerse alerta. Este hombre, detenido hace dos meses como sospechoso de homicidio, solo observa. Su única expresión es mover la cabeza para decir no. A todas las preguntas dice no. Es un no silencioso, a veces ingenuo, a veces desafiante. Este hombre, que parece estar huyendo de la adolescencia para instalarse en la adultez, es tan indescifrable que puede pensarse que si fuera declarado culpable uno creería que lo es, pero si fuera declarado inocente, cualquiera se apuntaría a celebrar y defender su inocencia.



GUÍA DE ACCIÓN

Lee el fragmento que se incluye en el sitio web de esta obra y realiza las actividades que se plantean.

La descripción se basa en el cómo. La casa. Sí, cómo es. ¿Vieja, antigua, clásica, moderna, desvencijada, impecable? Verde, pero qué verde, ¿decolorado, reluciente, poderoso, decadente? Grande, pero qué tan grande, ¿como un castillo, un museo, una escuela, o será mejor decir "como si vivieran en ella diez personas"?

La descripción se basa en el cómo. Ernestina llegó. Sí, pero cómo. ¿Llegó seria, burlona, llorosa, amenazante? El estudiante está haciendo la tarea. ¿Lo hace con dedicación, pereza, distracción, enojo, entusiasmo, apatía?

Los adjetivos y los adverbios son fundamentales. Nótese cómo las siguientes dos oraciones describen comportamientos diferentes y a la vez crean atmósferas distintas:

- Todos guardamos un respetuoso silencio.
- Todos guardamos un silencio culpable.

Las siguientes tres frases descriptivas tienen sentido diferente:

- La gente triste llegó tarde.
- La gente, triste, llegó tarde.
- La triste gente llegó tarde.

Lo que importa destacar ahora es que la descripción, al igual que la narración, depende de la precisión de las palabras utilizadas, de la adecuada puntuación y de la intención de quien describe.

En *Los miserables*, Victor Hugo nos presenta así a Gavroche, el peculiar niño que desfilaba en las calles de París:

Este pequeño ser es muy alegre.

No come todos los días, y va a los espectáculos; si le parece bien, todas las noches. No tiene camisa sobre sus carnes, ni zapatos en los pies, ni techo sobre la cabeza; como los pájaros que no tienen nada de esto.

Tiene de siete a trece años, vive en bandadas, banquetea el amedrado, habita al aire libre, lleva un viejo pantalón de su padre que le pasa más allá de los talones, un viejo sombrero de cualquier otro padre, que se le mete hasta las orejas, un solo tirante de orillo amarillo; corre, espía, pregunta, pierde el tiempo, desgasta pipas, jura como un condenado, frequenta la taberna, conoce los ladrones, futea a las mujeres públicas, habla el caló, canta canciones obscenas, y no tiene mal corazón. Esto consiste en que tiene en el alma una perla, la inocencia; y las perlas no se disuelven en el fango. Mientras el hombre es niño, Dios quiere que sea inocente.

Si se preguntese a esta gran ciudad: ¿Quién es ese? Respondería: Es mi hijo.

Los miserables. Victor Hugo.



GUÍA DE ACCIÓN

Ahora tienes elementos para hacer unos ejercicios de descripción, ya sea directa o interpretativa. Tú eliges. Los temas sugeridos son los siguientes.

- Tu habitación.
- Un familiar.
- Una reunión con tus amigos.
- Un personaje urbano que llame tu atención.

5.1.3 Argumentación

¿Qué es argumentar? La palabra argumento viene del latín arguere, que significa argüir, es decir, presentar uno o varios razonamientos a favor o en contra de alguien o algo.

Se puede argumentar sin que sea necesario participar en una polémica, como cuando se enuncian razones para que, por ejemplo, una organización apoye a una familia o un gobierno dé atención a una comunidad, pero en este caso se trata más bien de una exposición de hechos y datos para lograr un objetivo.

En cambio, argumentar es participar en el debate, en favor o en contra de una postura, respecto de un tema controversial, en el que, por definición, existen dos o más opiniones contrapuestas o enfrentadas.

El objetivo de argumentar es lograr que el otro, los otros, cambien de opinión o modifiquen sus convicciones respecto de algo o alguien.

Pero también se puede argumentar para hacer ver que nuestra opinión tiene fundamentos y debe ser respetada, o para que la contraparte amplíe su visión sobre lo que se discute, sin que ello implique que cambie totalmente de opinión.



Illustración: Sergey Arshinov Stock

En todo caso, lo que distingue a la exposición de la argumentación es que, mientras en la primera se trata de una enumeración unilateral de hechos y razones para enseñar, informar, motivar; en la segunda lo que se busca es el convencimiento del otro, que o bien tiene una posición contraria o bien se mantiene como espectador del debate y requiere información y orientación para apoyar a una u otra parte.

Es pertinente acotar ahora que aun cuando regularmente quien argumenta quiere vencer la opinión contraria y convencer al otro, en ocasiones se discute, y por tanto se argumenta, para la galería, que es cuando no se busca persuadir al rival sino a quienes observan la discusión. Con frecuencia se pasa por alto este objetivo cuando se habla de argumentar, pero es evidente qué está presente en la mayoría de los debates, en cuyo caso lo que importa es la "calificación" del juez o del público.

Argumentar implica necesariamente la recolección y exposición ordenada de pruebas, razones y hechos que demuestren la validez de nuestro punto de vista y, en consecuencia, la debilidad, la inconsistencia o el error de la perspectiva contraria.

5.1.3.1 Estructura básica

Argumentar bien requiere una secuencia lógica. Es como construir una pirámide, cuya solidez desembocará necesariamente en la cúspide, o como trazar una ruta que habrá de llevar naturalmente al destino elegido.

En términos generales, la argumentación consiste en a) tener una tesis y b) probarla y sostenerla mediante un encadenamiento de razones.

Tres ejemplos de tesis:

- La participación de militares en funciones de seguridad pública es un riesgo para todos.
- La participación de los militares en seguridad pública no es el camino hacia la pacificación del país.
- La militarización del país es una amenaza constante a los derechos humanos.

Y las premisas, o cuerpo argumentativo, serían:

- Desde que los militares están en las calles la violencia se ha recrudecido (datos).
- Las quejas ante la Comisión Nacional de los Derechos Humanos, respecto de acciones de militares, se han incrementado año con año (datos).
- Si la participación militar en seguridad pública fuera eficaz, la inseguridad no sería ya nuestra principal angustia (datos de encuestas).
- Los militares estarán entrenados para eliminar al enemigo, no para someterlo al imperio de la ley (datos de letalidad del ejército).

A partir de estas premisas se puede ir construyendo el encadenamiento de razones para concluir que el ejército deje de realizar funciones de seguridad pública. Una estructura progresiva tendría este orden:

- Premisas o cuerpo argumentativo.
- Conclusión.

Una estructura regresiva sería:

- Tesis.
- Premisas o cuerpo argumentativo.
- Conclusión (cierra el círculo con la tesis anunciada).

La diferencia entre ambas, como puede deducirse, es que en la progresiva siempre se avanza linealmente. Se va construyendo la argumentación, por ejemplo:

Hace 12 años, por instrucciones presidenciales, los militares salieron de sus cuarteles para combatiir a los carteles de la droga y, se suponía, para atajar la creciente violencia que empezaba a ensombrecer al país.

Hoy la droga sigue fluyendo, la delincuencia se ha diversificado y se ha tomado más cuenta (datos).

No solo no contuvieron la violencia sino que contribuyeron a exacerbarla (datos).

Nos ha costado más de una década aprender que los ejércitos no están hechos para llevar ante la ley a los delincuentes, sino para eliminar al adversario.

Es decir, los militares no están preparados para recuperar la paz sino para hacer la guerra.

Después de estas y otras premisas, se llega a la conclusión de que la participación de los militares en funciones de seguridad pública debe concluir.

La estructura regresiva empieza por anunciar la tesis que se va a demostrar, sigue con los argumentos y regresa a la tesis, pero ahora a manera de conclusión. Veamos un ejemplo, pero desde la perspectiva contraria:

Tesis: Se ha puesto de moda culpar a los militares de la violencia en el país y, por lo tanto, se dice, deben regresar a sus cuarteles. Yo quiero refutar esta afirmación, reparar la injusticia y dejar en claro que sin la participación del ejército en funciones de seguridad pública, estaríamos indefensos frente a la delincuencia y su peor bandera: la violencia extrema.

Aquí se ha anunciado la tesis que se va a defender, sostener o probar. Se ha creado una expectativa en el lector. Es como la frase de Guadalupe Victoria: "Va mi espada en prendas, y voy por ella".

Luego de asumir este compromiso, vienen los razonamientos:

- Los militares no están desde hace doce años en las calles porque lo hayan querido, sino porque se los ordenó su comandante supremo, el presidente de la República.
- Y se les pidió que lo hicieran ante la incapacidad o la insuficiencia de los cuerpos policiales de los estados y municipios en los que el crimen organizado tenía presencia.
- Las corporaciones de seguridad estatales y municipales estaban rebasadas en armamento y organización, e incluso infiltradas por el propio crimen.
- Resultaba indispensable buscar otra respuesta. Y la respuesta fue el ejército.
- Dicen que ahora estamos mal. No quiero imaginar cómo estaríamos sin los militares trabajando por nuestra seguridad.
- Los gobernadores de las entidades con mayor presencia del crimen han pedido a la Federación el respaldo del ejército. ¿Recuerdan ahora a un gobernador, a uno solo, que haya pedido que los militares no lo auxiliaran o que haya solicitado el retiro del ejército de su entidad? No hay uno solo.
- El ejército no está allí porque quiere sino porque lo necesitamos.

En este ejemplo, seguirían otras pautas argumentativas, hasta retornar a la tesis, pero ahora convertida en conclusión:

La presencia y operación militar en seguridad pública es, por ahora, la única forma de proteger con eficacia a la población ante el embate de una delincuencia cada vez con mejores recursos financieros, más crudidad y más poder de armamento.

5.1.3.2 Elementos para fortalecer una argumentación

Datos. La incorporación de cifras, estadísticas y relación de hechos concretos nutre poderosamente una postura en un tema controversial. Al respecto proceden las siguientes recomendaciones:

- Asegúrate de la seriedad y prestigio de las fuentes. Y cítalas en tu texto.
- Usa los datos pertinentes y en la dosis adecuada (a veces vamos encontrando datos y más datos y terminamos trabajando para ellos). Se trata de seguir tu ruta, no la de las cifras; y se trata de reforzar lo que decimos, no de ahogarlo con números y porcentajes.
- Incorpora los datos más recientes. No es procedente, si abordas un tema de actualidad en 2019, analizarlo con datos de 2015. Puedes usar, desde luego, cifras pasadas, pero como recurso de comparación, no para presentar la realidad vigente.

Citas. El uso de citas en un discurso se llama *argumento por autoridad*. Si lo dice Sócrates, es verdad. Si lo dice Mandela, es que la frase tiene valor. Esto es cierto, desde luego, pero también puede ser un recurso fallido. A veces la cita es forzada o, sencillamente, inaplicable. Aquí algunas recomendaciones para el uso de citas:

- Selecciona citas pertinentes, esto es, que encajen naturalmente en el contexto de lo que dices o defiendes. Y que lo fortalezcan. Asegúrate de que tu fuente sea buena; que la cita esté bien adjudicada.
- Puedes escoger citas para ponerlas en tela de juicio. Es un recurso poco usado, pero suele ser muy atractivo, si se emplea bien. Por ejemplo:

Nos hemos acostumbrado a decir que al mal tiempo, buena cara; y quizás por ello suponemos que la buena cara cambia el mal tiempo. No lo cambia, lo que hace es predisponernos de manera favorable a enfrentarlo. Es un buen principio, pero siempre que se acompañe de acción. Este ensayo se propone mostrar las ventajas de la acción para cambiar lo que nos aqueja, en lugar de solo ponerle buena cara.

- Aunque es bueno recurrir a citas que todos conocemos, es mejor utilizar otras poco conocidas.
- Si sabes poco o nada del autor de la cita, revisa quién es, qué hizo, cuándo vivió. Tal vez necesites el dato, tal vez no, pero aprovecha la ocasión y además asegúrate de no pasar un mal momento cuando un amigo, un maestro o un conductor de radio te pregunte acerca de ese personaje que tú, con tanta soltura y autoridad, citaste.

Verdades populares (proverbios y refranes). Hay de estilos a estilos. Hay quienes prefieren no hacer uso nunca de dichos o refranes, y eso está muy bien. Pero si a ti te acopilla, puedes usar frases de la sabiduría popular para reforzar algún argumento. Si decides utilizar este recurso, hazlo de manera moderada. Una variante es usar lo que está diciendo la opinión pública y que es constatable. Por ejemplo:

Cada vez más gente se convence de qué es mejor no usar popotes de plástico; son difícilmente degradables y tardan en desaparecer del planeta doscientos años después de que alguien los ha usado durante diez minutos.

Testimonios. Cuando abordes un problema social, es muy convincente, y a veces conmovedor, citar frases de personas que sufren por esa circunstancia. Puedes incluir una frase que hayas escuchado directamente o que hayas leído en un periódico o en un libro. Por ejemplo:

Cuando el padre Flor María Rigoni le hizo ver a un migrante centroamericano los riesgos que corría en el camino, el joven le contestó: "Si de todos modos me voy a morir, al menos déjame morir dando un paso".

Enaltecer creencias o valores. Por ejemplo, en un texto puedes decir:

Será muy importante cumplir la ley, establecer más juzgados y agencias del Ministerio Público, decir discursos y congratiamos con nuestra defensa retórica de la ley, pero si todo ello no hace que haya más justicia, será inútil. La justicia es el valor supremo. De ella escribo aquí y te comarto mis reflexiones.

Hay quienes recurren a preceptos religiosos para respaldar una posición:

Jesucristo dijo que vino el mundo a traer la paz y no la guerra. ¿Qué hacemos discutiendo si entramos en batalla, cuando lo que debemos hacer es buscar a toda costa cómo preservar la paz?

O bien:

Nada de lo que poseemos aquí tendrá cabida más allá de la muerte. Lo único que tenemos aquí y tendremos allá es la promesa de la vida eterna. Esta certeza debe guiar nuestra vida. Por eso sostengo que...

Tal vez tú no seas religioso ni te sientas cómodo apoyándote en referencias de esta naturaleza, en cuyo caso, sencillamente, no lo hagas. Pero si tienes fe y crees sinceramente lo que dices, esta convicción podrá reforzar tu argumentación e incidir en el ánimo de los lectores que comparten tus creencias, aunque es bueno que tengas presente que probablemente no llegarás a la emoción ni a la simpatía de quienes no las comparten.

Recomendaciones para escribir un texto argumentativo:

- **Prepárate.** Lee estudios, informes, ensayos, ponencias sobre el tema. Documentate. Selecciona los datos, las citas, los argumentos que te convenzan y fortalezcan tu postura. Incluso subraya los que son contrarios a tu convicción pues ello ampliará tu horizonte, quizás te parezca que algunos son procedentes y, en todo caso, conocerás más a fondo los razonamientos de los otros.

Recuerda que con frecuencia menos es más. Escoge con cuidado las cifras, las estadísticas que sustenten tu posición, las frases que la sintetizan, los testimonios que te pueden servir para acceder a la emoción de tus lectores. Es casi seguro que tendrás que renunciar a parte del material recopilado en beneficio de la conclusión de tu argumentación y de la ruta que hayas elegido. No te distraigas ni distraigas a los demás con datos, citas o testimonios excesivos.

- **Selecciona tus argumentos más poderosos**, los que consideres imprescindibles.
- **Organiza tu material** y dispón el orden en el que lo usarás. Este orden o la estructura que decidas puede variar, pero tenerla previamente te dará rumbo y te permitirá tener más claridad inicial, tan necesaria cuando no has escrito ni una línea.
- **Toma en cuenta a quienes piensan diferente**. Sus valores, sus razonamientos, su lenguaje, su sensibilidad. Primero, para comprender con mayor claridad su punto de vista; segundo, para ampliar tu visión sobre el tema; tercero, para estar preparado a fin de refutar honestamente los argumentos contrarios; y cuarto, para dirigirte a ellos con mayor eficacia, incluso apelando a sus valores;

Dicen los diputados del Partido Lucha Social que quieren el bien del país, que su propósito es mejorar la vida de todos. Les creo. Coincidimos en el objetivo. Pregunto ahora: ¿Cómo vamos a conseguirlo sin generar riqueza, sin impulsar el crecimiento? ¿De dónde saldrán los recursos para brindar a todos oportunidades de acceso a la salud, la educación y el empleo? Impulsaremos el desarrollo, porque solo de él obtendremos los recursos para el bienestar general.

- **Decide la estructura**. ¿Empezarás por enunciar tu tesis para probarla después? ¿O empezarás sin avisar a dónde vas, construyendo poco a poco tu argumentación para que tu conclusión emerja como una verdad contundente? Una vez que elijas tu estructura, podrás decidir cómo presentarás tus argumentos. Por ejemplo:

Quiero exponer aquí cinco razones por las que creo que debemos crear una nueva Constitución. La primera...

Recomendaciones éticas:

- No atribuyas a la gente lo que tú crees, a menos que sea inquestionable. Por ejemplo, puedes afirmar: "Todas las madres quieren lo mejor para sus hijos"; pero no decir: "Las madres de este país están convencidas de que solo el partido que represento puede dar bienestar a sus hijos". Puede ser retóricamente eficaz, pero parte de una premisa falsa, difícil de demostrar y fácil de identificar como simple propaganda.
- Refuta y si quieres ataca los argumentos contrarios, pero no las características de personas o grupos. Por ejemplo, evita afirmar: "Quienes apoyan a X son en su mayoría jóvenes, y los jóvenes carecen de experiencia y no están en condiciones de analizar con claridad lo que se les propone". Tampoco: "Como X no fue nunca a la escuela, ahora lo único que puede compartirnos es su ignorancia".
- Evita crear falsos dilemas. Por ejemplo: "Si aprobamos la Guardia Nacional, el país se hará pedazos". Estas afirmaciones pueden ir, sin aportar nada, de una posición a otra, porque también se podría decir: "Si no aprobamos la Guardia Nacional, el país se hará pedazos". Sentencias de este tipo son muy usadas, pero su eventual eficacia no las releva de su carácter falaz.
- Cita siempre al autor de la frase, párrafo, dato o información. Si no lo haces incurrirás en una falta ética, y además te arriesgarás a que alguien lo haga notar y perderás credibilidad. Al margen de estas posibles consecuencias, la razón más importante por la que hay que dar siempre los créditos correspondientes es, por principio, por un imperativo ético. Los autores que se respetan, respetan el trabajo de los demás.

Por favor, toma en cuenta las siguientes pautas:

- Una buena argumentación no se basa en escribir mucho ni en repetir incesantemente frases o premisas, sino en escribir lo necesario y repetir en dosis adecuada una o dos ideas fundamentales.
- Si es posible y conveniente, puedes reforzar tu tesis desde diferentes perspectivas para demostrar que tu encadenamiento de razones tiene varias vertientes que convergen.
- Si es pertinente, aplica sentido del humor, siempre que con ello no hieras sensibilidades y no ofendas a nadie. Lo mismo se aplica para la ironía o el sarcasmo. Son eficaces en ocasiones. Pero ten mucho cuidado con su uso.
- Utilizar citas es tu responsabilidad, no de los autores de las citas. Procura disponer de ellas con moderación y acierto.
- Es preferible ir al punto de manera directa que dar rodeos. Solo da algún rodeo cuando ello te permita llamar la atención del lector, pero no demores en abordar ó en regresar al tema.



GUÍA DE ACCIÓN

El grupo elige un tema controversial y se da a todos los estudiantes tres días para que escriban un texto que defienda una de las dos posturas encontradas. El día elegido, cada uno lee su texto. El docente coordina el análisis de los textos no para que se defienda una u otra postura, sino para reflexionar sobre la validez y acierto de la argumentación. Se recomienda dar una pauta concreta de la extensión de los textos, por ejemplo, de entre 300 y 400 palabras.

5.1.4 Exposición

La exposición se parece a la argumentación, con la diferencia de que en la primera no necesariamente estás participando de un debate, sino, sencillamente, poniendo a consideración una convicción o una serie de razones para que suceda algo.

Por ejemplo, antes mencionamos el caso de escribir a una fundación o a una universidad para solicitar una beca. En ese supuesto, lo que procede es enunciar las razones por las que crees hacerte acreedor a ese apoyo. No es que estés discutiendo. Lo que haces es decir: "Necesito y merezco esta beca por las siguientes razones..."

También puedes aplicar la exposición para describir tus servicios o los productos de tu empresa. Expones para precisar a qué te dedicas y las razones que sustentan tu confiabilidad como proveedor.

Para ello puedes escribir una carta o hacer tu presentación o la de tu empresa en su página web.

Expones, por ejemplo, cuando escribes:

Alto Espíritu es una organización especializada en acompañar a los emprendedores desde su idea inicial hasta el primer año de operación de su empresa.

Ponemos a tu servicio ocho años de exitosa experiencia.

Nuestros expertos te apoyaran en:

- Conceptualización de tu producto o servicio
- Ir de una idea a una realidad en el mercado
- Patentes
- Diseño de imagen
- Control administrativo y financiero
- Producción
- Promoción y ventas
- Desarrollo y operación de redes sociales

Muchos han caminado el sendero que ahora te propones emprender. Nosotros hemos reunido y sistematizado esa experiencia mundial para ponerla a tu servicio y hemos desarrollado nuestra propia metodología, de la que se han beneficiado 1038 emprendedores.

Puedes establecer contacto con nosotros por los siguientes medios: [...]



GUÍA DE ACCIÓN

Ahora puedes hacer tres ejercicios:

- Expón tus cualidades como profesional independiente y promueve tus servicios.
- Escribe una exposición de por qué es necesario y conveniente dejar de consumir productos que se venden en envases de plástico.
- Escribe una carta en la que expongas los servicios de la empresa que ahora te gustaría crear.

Para hacer estos ejercicios no te precipites. No escribas solo a partir de lo que ya sabes. Investiga. Aumenta tus conocimientos. Busca información. Selecciona tus argumentos. Organízalos. Exponlos de manera clara, concisa, atractiva y convincente.

Pon en práctica los recursos que te parezcan convenientes de todo lo que hemos visto en este capítulo.

Para estructurar y escribir una exposición, te sugerimos seguir estas pautas:

1. **Bosqueja un esquema general** que incluya, por ejemplo, qué voy a decir, para qué, por dónde voy a empezar, cuáles son mis puntos principales o ideas fuertes, qué ofrezco al lector, qué beneficio obtendrá de la lectura de mi texto expositivo.
2. **Decide la forma.** Además de perfilar el fondo de tu exposición, medita sobre la forma y elige la que te parezca más adecuada. Por ejemplo, ¿el tema, la circunstancia y el perfil de tus destinatarios hacen propicia una presentación informal o formal? ¿Utilizarás un lenguaje coloquial? ¿Qué es más pertinente: recurrir a citas de personalidades, incluir datos duros, reforzar con testimonios o todo ello a la vez? ¿Te dirigirás más a la emoción que a la razón o la inversa? ¿Escribirás una página, dos, tres?
3. **Dale una estructura.** A menos que encuentres otra estructura que te parezca más afortunada, o bien, mientras te familiarizas con la redacción de exposiciones, es recomendable que utilices el esquema más probado: introducción, desarrollo y remate.

En la introducción planteas el tema, subrayas su importancia y enuncias lo que se verá en las partes siguientes, de manera que el lector tenga claro el mapa de lo que vendrá.

En el desarrollo encadenas la información y los razonamientos más relevantes. Hay que hacerlo de manera secuencial, lógica, como si llevaras de la mano al lector por un camino nuevo. Este apartado se caracteriza por el movimiento hacia adelante. El lector debe sentir que avanza, que cada párrafo le brinda conocimiento u orientación.

En el remate, desenlace o cierre, sintetizas lo que has presentado y le das una salida útil, convincente, y que deje en el lector una impresión de que ahora sabe más, está más motivado y más consciente de lo que el asunto implica para ponerse en acción y/o seguir aprendiendo.

4. Escribe con propiedad. La propiedad está relacionada con el tema, el contexto, los destinatarios. Si eres arquitecto y te diriges a arquitectos puedes usar el léxico de la profesión, pero si escribes para el público en general o para eventuales clientes, tu lenguaje debe ser accesible. También hay que considerar la naturaleza del tema: no es lo mismo escribir una exposición para motivar a la gente a participar en el proceso de reconstrucción después de un terremoto, que para promover una conferencia sobre "el impacto de las redes sociales en la fragmentación comunitaria".
5. Escoge un título atractivo y breve. Opta por un enunciado claro, que dé una idea precisa de lo que trata el texto. Evita que parezca aburrido. Cuando la ocasión se preste o tengas más experiencia, busca títulos que generen expectativa, indirectos, incluso con un poco de misterio. Por ejemplo, un título enunciativo puede ser: *Riesgos y ventajas de la televisión a la carta*. Uno más creativo sería: *Y tú, ¿ves televisión o prefieres vivir?* Si lo consideras conveniente o necesario, agrega como subtítulo: *Riesgos y ventajas de la programación a la carta*.
6. Revisa. Como en todos los casos, revisa y corrige lo escrito.

5.1.5 Diálogo

Los modelos de texto que hemos visto hasta ahora cumplen una función por sí mismos o en contextos más amplios. Por ejemplo, una narración puede ser un texto completo e independiente, pero también puede formar parte de un informe, una crónica, un reportaje, un ensayo. Lo mismo ocurre con la descripción. Una exposición, por su parte, puede requerir elementos de la argumentación, y la argumentación necesitar recursos de la exposición.

Conviene tenerlos claros por separado, pero los modelos de texto suelen integrarse según el género de que se trate, las circunstancias y las necesidades de la comunicación escrita.

Ahora vamos a exponer el manejo del diálogo, que es parte sustancial en algunos géneros periodísticos, como en la entrevista, la crónica o el reportaje, y en los literarios, desde luego, como en el cuento, la novela y el teatro.



©Cortesía Dean/Adobe Stock

5.1.5.1 Utilidad del diálogo

Insertar diálogos en géneros periodísticos y literarios, e incluso en otro tipo de textos, es de gran utilidad y eficacia si se hace bien.

El diálogo se incorporó a los relatos porque tiene valores propios que aportar, como no lo haría otro modelo de texto. Hay facetas de cualquier historia que se enriquecen mediante el diálogo o que encuentran en esa vía la mejor manera de contarse.

Veamos algunas de las aportaciones generales del diálogo:

- **Da vida.** Nos permite oír a los personajes y, cuando está bien logrado, nos permite verlos, comprenderlos, sentirlos cercanos, ya sea para quererlos, para rechazarlos... o para temerles.
- **Hace avanzar la historia.** Si no ayuda a mover la historia, probablemente haya que prescindir de un diálogo o repartirlo. Por ejemplo, un diálogo puede comenzar cuando dos personas que se repelen se encuentran muy a su pesar, y terminar cuando ambos se ponen de acuerdo para enfrentar a un tercero. La historia ha dado un vuelco gracias a este diálogo.
- **Ayuda a caracterizar a los personajes.** Independientemente de lo que el narrador diga de sus personajes, es más importante mostrarlos por lo que hacen y dicen. Su lenguaje los caracteriza, les da profundidad y revela aspectos de su interior, de sus convicciones, intereses, manías, contradicciones, etcétera.
- **Proporciona información.** Mediante el diálogo se da al lector información de la historia, de lo que pasó, de lo que puede suceder, de lo que los personajes están discutiendo o acordando, de sus discrepancias y coincidencias, de sus desencuentros y conflictos.

■ 5.2 Modelos de composición escrita

Ahora veamos cómo se construye un texto. Ya sabes, cada quien tiene su forma de trabajar o sus hábitos y manías para escribir. Algunos lo hacen en la mañana porque están convencidos de que es cuando tienen más energía y mayor claridad mental. Otros piensan que es mejor hacerlo de noche, al amparo del silencio y sin sentirse apresurados por el reloj. Cada quien recurre a lo que le funciona. Algunos escriben en computadora. Y otros, ahora minoría, prefieren hacer la primera versión a mano. Ernest Hemingway escribía de pie, Vicente Leñero siempre lo hizo en máquina mecánica, y García Márquez adoraba su máquina eléctrica hasta que se le apareció una computadora, incluso se jactaba de haber escrito la primera novela en formato digital. Cada quien escribe según su tiempo y temperamento.

Además de estas preferencias personales, que en el anecdotario del periodismo y la literatura darían para un interesante muestreo de las más ortodoxas disciplinas y de las manías más exóticas, existen otros aspectos de fondo en el proceso de escribir que es necesario conocer.

Hay cuatro pasos que aplica la mayoría de los profesionales de la redacción y conocidos personajes de la literatura. Cada quien los ejecuta a su manera y puede que los llame de modo distinto, pero los pasos son básicamente los mismos.

Ya encontrarás tus propias variantes. Por ahora es muy conveniente que sigas las etapas siguientes a fin de elaborar escritos de calidad, con independencia del tipo de texto de que se trate. Estas etapas son, básicamente:

- Planeación,
- Producción de ideas,
- Producción de textos, y
- Revisión, corrección y edición final.

5.2.1 Etapa de planeación

Cuando hablamos de textos en general, podemos referirnos a uno de cincuenta palabras o a uno de 100 mil o más. De manera que la etapa de planeación puede ser tan larga o breve, tan elemental o profunda, como lo reclame el texto o como el autor lo decida.

Lo importante ahora es tener claro que es necesario dedicar un tiempo a la planeación, ya sean cinco minutos, una semana o un mes, según la profundidad y extensión de lo que te propones escribir.

Esta etapa consiste en meditar hasta tener claridad en aspectos como los siguientes:

- Por qué y/o para qué voy a escribir esto.
 - ¿Responderás a una comunicación o se trata de un texto que harás por iniciativa propia?
 - En cualquier caso, es recomendable conocer el motivo. Lo que realmente quieras lograr con el texto. Tal vez aclarar un cobro de más y sustraerte de pagar lo que no debes; quizás te dispones a escribir una carta a un periódico para tratar un asunto de interés público y lo que quieras es incidir en el debate.
 - Si se trata, por ejemplo, de un ensayo que debes entregar a un maestro, el objetivo práctico es cumplir con la tarea, pero el texto debe tener su propio objetivo.

- Qué voy a decir.
 - Qué es lo esencial.
 - En qué orden.
 - Con qué extensión.
- Cómo voy a decirlo. Puedo elegir si lo voy a decir de manera:
 - Coloquial.
 - Formal.
 - Académica.
 - Literaria.
 - Especializada.
 - Y con qué carga racional y/o emocional.
- Qué datos requiero:
 - ¿Los tengo a la mano?
 - ¿Necesito investigar? ¿Cuánto tiempo me llevará?
 - ¿Dispongo de ese tiempo o renuncio a cierto grado de profundidad en favor de la oportunidad?
- Calendario de avance y conclusión:
 - Si dispongo de 20 días y la extensión será, aproximadamente, de 10 páginas, ¿cómo programo?

Algunos pensarán: en ese caso, con que avance una página cada dos días, estaré a tiempo. Pero será más conveniente trazar el cronograma de otra forma, por ejemplo, un día para la planeación, tres días para la investigación o recopilación de información, doce días para la redacción, y cuatro días para la revisión y corrección final. Desde luego, tú decides, y poco a poco irás adquiriendo experiencia para saber cómo es mejor hacer tu calendario.
 - Entrénate en esto de programar la elaboración de textos. Ponte a prueba al realizar los ejercicios de este curso. Te resultará muy valioso en tu vida profesional. Habrá textos en los que, por su sencillez o por tu conocimiento del tema, será posible cubrir todas las etapas en un par de horas, y habrá otros, ahora o en tu vida profesional, que demandarán meses.



©Andrea_Primo/Adobe Stock

En resumen, la planeación consiste en definir:

- Tema o enfoque del tema.
- Objetivo.
- Estructura.
- Extensión.
- Fuentes.
- Datos y/o argumentos principales.
- Tiempo de realización o cronograma.

5.2.2 Etapa de producción de ideas

Probablemente tengas algunas ideas en el momento de decidir escribir un texto, pero siempre será conveniente documentarse sobre el tema antes de empezar a redactar.

La investigación del tema es una gran fuente de ideas. Casi siempre se sorprende uno de lo poco que sabe cuando encuentra buenas fuentes. Algunas fortalecerán nuestra exposición o argumentación porque coinciden con lo que pensamos y además lo nutren con datos, estadísticas, razonamientos, enfoques, otras fuentes lo fortalecerán de manera diferente, quizás haciendo posible ver que algo que dábamos por cierto no lo es. Pensabamos, por ejemplo, que el maíz que importa México es para consumo humano y queríamos poner el dato para subrayar nuestra dependencia alimentaria, y resulta que descubrimos en nuestra investigación que el maíz que México compra al exterior es para consumo animal. En este caso, la investigación nos ha salvado de un resbalón. Investigar robustece nuestro acervo de conocimiento, nos aporta ideas y da solidez a nuestra argumentación.

Para investigar podemos recurrir a fuentes vivas, esto es, a conocedores del tema, teóricos, especialistas, analistas o servidores públicos; también pueden ser personas que sepan del tema no porque lo hayan estudiado sino porque han tenido una experiencia al respecto. Por ejemplo, si queremos escribir sobre el secuestro, lo que nos diga un estudioso será importante, pero también, y quizás más, lo que nos diga una víctima o uno de sus familiares. Así, nuestro texto tendrá tanto información para la inteligencia como testimonios para la emoción, lo que agregará a nuestro escrito poder de sensibilización.

Las fuentes documentales son también aportadoras de conocimiento: artículos periodísticos, reportajes, entrevistas, ensayos académicos, conferencias, estudios, reportes, encuestas, libros.

Ahora bien, respecto de cada tema y de cada ángulo de cada tema hay muchísimas fuentes. Pero no te abrumes, no tienes que ser exhaustivo sino selectivo: recurrir a las más acreditadas y escoger aquellas para consultar en el plazo de que dispones o hasta sentir que tienes la información necesaria.

El beneficio de invertir tiempo en investigación es siempre grande. Ahora sabemos qué de lo que creímos tiene sustento y qué no; conocemos los argumentos de los que piensan diferente; tenemos más estadísticas, hechos y contextos a la mano; hemos seleccionado tres citas relevantes y además tenemos dos anécdotas históricas y atractivas qué contar.

Eso es un acervo, pequeño o grande, pero muy valioso. Y además, este conocimiento, mágicamente, ha ido generando en nosotros nuevas ideas, nuevos enfoques, nuevos razonamientos.

Es apasionante: durante y después de la investigación nos damos cuenta de lo poco que sabíamos y, seguramente, de que podemos y queremos saber más.

De manera adicional, sucede algo prácticamente inevitable: ahora nuestra exposición y argumentación serán más sólidas, más dignas de learse, más fundamentadas.

Quien prescinde de la investigación antes de escribir estará en desventaja respecto de quien investiga. Y se nota. Cuando una persona que no es especialista empieza a escribir sin consultar fuentes, es casi seguro que caerá en lugares comunes y en generalidades. En cambio, cuando ampliamos nuestra visión y conocimiento, encontramos nuevas vías y mejores argumentos.



GUÍA DE ACCIÓN

Hagamos un ejercicio. Te propongo redactar un texto de entre 300 y 450 palabras relativo al Día Internacional de la Mujer, el 8 de marzo. En el sitio web de este libro, encontrarás las instrucciones a seguir para el desarrollo de este ejercicio.

Ahora podemos pasar a la siguiente etapa.

5.2.3 Etapa de producción de textos

Aunque todas las etapas son importantes, hemos llegado a la etapa modular: escribir. Estás preparado para empezar porque:

- Del gran tema, elegiste el enfoque o el subtema que más te interesó.
- Has hecho una planeación y sabes cuáles son los elementos de tu texto; su objetivo, su tipo de lenguaje, su estructura preliminar y la calendarización de la escritura.
- Has realizado una investigación que ha fortalecido tu conocimiento, te ha sugerido ideas y te ha brindado datos que antes no tenías. Sabes más y tienes más que decir.

En el apartado anterior nos quedamos en el ordenamiento de tus insumos. Por ejemplo, si vas a escribir de la violencia que padecen las mujeres en México, ya tienes estadísticas de los años que queres mencionar en tu texto para poner en relieve la tendencia a la alza en este tema; cuentas con citas de expertos y académicos, con testimonios de víctimas o de sus familiares; con posicionamientos de ONU-Mujeres; con datos de lo mal o bien que ha funcionado la Alerta de Violencia de Género contra las mujeres, entre otra información recopilada.

5.2.3.1 Estructura

Las partes básicas de todo escrito son tres y se les conoce por diversos nombres:

- a) Entrada, Introducción, Gancho.
- b) Desarrollo, Cuerpo, Exposición.
- c) Remate, Conclusión, Salida.

Independientemente de que se les llame de una u otra forma, son tres componentes vinculados entre sí: el primero es la puerta de bienvenida, el segundo es el recorrido y el tercero es la despedida.

El nombre que se les aplica depende de la disciplina en la que se inscriban o del tipo de texto. Por ejemplo, en un estudio universitario o científico es más común que se les llame Introducción, Cuerpo y Conclusión, en tanto que si se trata de un texto periodístico se les llamará Entrada, Desarrollo y Remate, y si nos referimos a una carta, podemos decir que su estructura comprende Saludo, Exposición y Salida.

Lo importante es que tengas claro que todo texto puede dividirse al menos en tres partes para su planeación y su escritura. Esto permite separar tus ideas e insumos y, al mismo tiempo, concentrarte en el componente que estás escribiendo.

Veamos ahora el proceso de escritura en cada una de estas tres partes.

5.2.3.2 Entrada

Con la información y la idea general de la argumentación y orientación de tu texto, estás por empezar a escribir. De lo que se trata es de dar un panorama de lo que vas a desarrollar, quizá lanzar una pregunta desafiante o intrigante, anticipar tu visión

del tema, predisponer favorablemente al lector, establecer y sintetizar el asunto que abordarás y anunciar el alcance del texto.

Por dónde empezar. Quizá ya tengas identificadas algunas posibilidades para comenzar tu texto. Haz una pequeña lista de tus enfoques preferentes. Por ejemplo, puedes empezar con:

- Datos que evidencien que la violencia contra las mujeres va en aumento.
- Un testimonio de una madre que perdió a su hija.
- Una breve historia de un caso.
- O con la estadística que demuestre lo lento que es el proceso para lograr que se declare la Alerta de Violencia de Género.

Recuerda que es muy importante elegir la entrada, que debe llamar a la lectura, generar atención, emoción, interés.

Estos son cinco ejemplos de entrada para un texto sobre el Día Internacional de la Mujer:

- Blanca Estela nunca había visto el mar. Y el día que lo vio fue el último día de su vida. La niña llegó con su familia aquél 12 de mayo a...
- De acuerdo con ONU-Mujeres, en dos años, el promedio de mujeres asesinadas en México cada día subió de siete a nueve.
- Las mujeres emprendedoras están abriendo nuevos caminos, más allá de los límites que establece la tradición patriarcal; empieza una nueva era en la relación de géneros. Aquí algunas de estas historias de éxito.
- "La paridad en el Congreso era un sueño hace apenas veinte años", dice la senadora Verónica Luna, y agrega: "Pero ahora hay igual número de mujeres y de hombres en la Cámara de Diputados y en el Senado. Esto es avance real, no retórica".
- Un muñeco blanco cuelga de la fachada de una vivienda de la colonia San Lorenzo del municipio de Chimalhuacán, Estado de México. En su interior, la familia Gerardo Cruz intenta sobreponerse al dolor de haber perdido a su pequeña Giselle. La menor, de 11 años, fue asesinada el pasado 19 de enero tras ser atacada sexualmente por un hombre de 51 años (El País, Karina Suárez, 8 de marzo de 2019).

Algunos tipos de entrada son:

- **Enunciativa.** Sencillamente se explica al lector de qué trata el texto y cuál es su objetivo:

En el presente texto me propongo dar una idea de la importancia de la conservación del medio ambiente y de cómo podemos cuidarlo.

- **Descriptiva.** Se empieza con una descripción de una persona, un objeto, una circunstancia, un bosque, y a partir de allí se conduce al lector hacia algo que no necesariamente se ha anunciado.

El hombre parecía no saber dónde estaba. Iba casi desnudo y el vacío de su mirada revelaba su extravío. Solo tres días después se supo que...

- **De hipótesis.** Se expone un anuncio cuya veracidad o validez va a probarse a lo largo del texto:

No importa lo que se diga: la política es tan vieja como la primera señal, el primer gráfico, el primer atisbo de comunicación en una pequeña comunidad humana.

- **Estadística.** Se presenta una o varias cifras que ilustren la magnitud, el significado o la gravedad de lo que se va a tratar.

En enero de 2019 el 911 recibió 12 mil 579 llamadas para pedir apoyo por situaciones de violencia, lo que equivale a 405 cada día.

- **De túnel.** Es aquella en la que empezamos con una narración indirecta, aparentemente ajena, y que sin embargo llevará al lector hasta el centro del tema.

«Cuando Javier, de 12 años, corrió tras la pelota de espuma que aquella mañana le había dado su tío Javier, no tenía idea de que estaba por ver una de las estampas más memorables de su vida;

No hay, desde luego, un número de tipos de entrada, porque son tantos como la imaginación de quienes escriban vaya encontrando.

Déjame apuntarte un secreto: nadie va a leer tu texto si no te ganas su atención. La atención no se pide, se merece. Empieza bien: claro, creativo, juguetón o dramático, pero siempre bien. Hasta arriba.

5.2.3.3 Desarrollo o cuerpo del texto

Esta es, desde luego, la parte central. Aquí van los datos y su análisis, los testimonios, los razonamientos, la argumentación, la pirámide que culminará con el cierre o conclusión. Estas son algunas recomendaciones:

- a) El cuerpo del texto debe ser sólido, con la mejor de las estructuras que puedas darle.
- b) Procura que haya continuidad lógica.
- c) El texto debe fluir naturalmente de un dato a otro, de un argumento a otro, de una descripción a una reflexión, de una estadística a un significado. Y, muy importante, sin que se noten las costuras.
- d) El lector debe sentir que avanza, que lo que está leyendo tiene sentido, y que merece su interés y atención.
- e) Si el texto es breve, bastará un título o un enunciado que resuma su contenido; si es más largo, por ejemplo de tres páginas en adelante, es recomendable colocar cabecitas intermedias. Por ejemplo:

Título:

La salvación de nuestros bosques: última llamada

Cabecitas intermedias

Otro año de deforestación
Las oportunidades perdidas
Los efectos de la tala indiscriminada
La destrucción y la indiferencia
Nuestra última oportunidad

Algunas estructuras:

- Lógica: causas, efectos, soluciones.
- Cronológica: sigue la secuencia del tiempo.
- Explicativa: objetivo del trabajo, importancia del tema, desarrollo de la investigación, resultados, conclusiones.
- Expositiva o argumentativa: hipótesis, análisis de hechos o datos, razonamientos, conclusiones.

Estas y otras estructuras constituyen un principio de orden. No necesariamente los capítulos o las cabecitas intermedias llevarán esos nombres sino otros más atractivos. Tomando como ejemplo la expositiva, podemos ver cómo se pueden sustituir los fríos enunciados de la estructura con frases más llamativas:

Hipótesis: El dolor de la pérdida puede ser superado

Análisis de hechos: Cuando el estado de ánimo se fractura

Razonamientos: Es posible acortar el sufrimiento

Conclusiones: El bienestar del alma es una decisión

5.2.3.4 Cierre o remate

Finalmente, debes decidir cómo terminarás tu texto. Puede ser de muy diversas maneras, por ejemplo, resumiendo su contenido, o colocando una frase tuya, una conclusión de un experto o un testimonio de una persona común.

El remate debe ser enfático, recordable, iluminador, y puede serlo porque es rotundo, humorístico, motivador o escalofriante. De preferencia, evita que sea gris, mediano, intrascendente.

Quizá te resulte difícil al principio lograr un remate brillante u original, y está bien. La habilidad se va construyendo paulatinamente. No te desesperes. Pero aspira, eso sí, a que tus textos sean redondos de principio a fin y que se ganen, por sus ideas, frases y estructura, un lugar en la memoria de los lectores.

Entre otras, podemos encontrar este tipo de salidas o remates:

- **Síntesis.** Se hace un resumen o una enumeración de lo tratado a lo largo del texto y/o de sus conclusiones y recomendaciones. Procura cerrar con una buena frase recordable.
- **Concluyente.** Este remate se caracteriza por ofrecer una afirmación categórica, que debe estar sustentada por el cuerpo del texto. Por ejemplo:

Es evidente que mientras esté Donald Trump en la presidencia de Estados Unidos es improbable esperar de ese país una política migratoria comprensiva. No es, por tanto, con el gobierno federal vecino con el que hay que buscar soluciones al trato que se da a los migrantes mexicanos, sino con los gobiernos locales de los estados fronterizos de la Unión Americana. Allí hoy una veta de negociación y acuerdo que hasta ahora no ha explorado el gobierno mexicano. Si está en su voluntad, está a su alcance.

- **Interrogativa.** Se cierra con una o varias preguntas. Hay que cuidar que no sean evidentes o que no produzcan sensación de frustración en el lector. Por ejemplo, si el título es ¿Quién es el culpable?, no sería recomendable, luego de exponer

una relación de hechos y evidencias, concluir el texto diciendo: Por todo esto ahora nos preguntamos ¿Quién es el culpable? Este tipo de recursos dan la impresión de haber utilizado un gancho tránsito, pues al final la pregunta prevalece sin respuesta. Preguntas válidas serían: ¿Cuánto más habrá que esperar para que esta violencia termine? ¿Cuándo las promesas fáciles se convertirán en verdaderas soluciones? ¿Acabará por evaporarse la esperanza?



GUÍA DE ACCIÓN

Localiza un texto, por ejemplo un artículo periodístico, e identifica la entrada, el desarrollo y el remate.

5.2.4 Etapa de revisión

Revisar y corregir es parte esencial de la escritura. No se trata de una actividad opcional ni marginal. Sencillamente hay que hacerlo. Ni los mejores escritores suelen obtener textos excelentes sin el proceso de revisión y corrección.

Son famosas las galeras de Honorato de Balzac. Tachones arriba y abajo, textos en los márgenes, flechas que indican el cambio de letra o de palabra, cruces que descartan párrafos.

Jorge Luis Borges decía que "los escritores publicamos nuestros libros para no pasarnos la vida corrigiéndolos". Y Stefan Zweig, el gran biógrafo austriaco, revela en su autobiografía *El mundo de ayer*, que para escribir la vida de un personaje dedicaba dos años a la investigación y dos años a la escritura. Y luego agregaba una frase que sorprende, pero al mismo tiempo no, porque va a tono con el afán perfeccionista de todos los grandes de la literatura. Decía que después de esos cuatro años, empezaba "el verdadero trabajo: la corrección".

Si los clásicos y los grandes lo hacen, habremos de hacerlo nosotros en todos nuestros textos. Necesitamos y debemos leer una y otra vez lo que escribimos y trabajar sobre palabras, párrafos y estructura a fin de asegurarnos, en lo posible, de que hemos hecho un buen trabajo.

Cuando alguien dice: "Ya terminé el texto; nada más me falta corregirlo", incurre en una contradicción, porque es evidente que si no hemos corregido, no hemos terminado.



©BalamPhoto.com/adobe Stock

Así pues, revisemos. Después de entregar un texto universitario o de publicarlo no se puede alegar prisa ni cansancio. Uno debe asumir su responsabilidad. Y ello implica esforzarnos honestamente, mediante las revisiones necesarias, hasta poder afirmar que lo que hemos escrito es lo mejor que hemos podido hacer. Y si luego nos percatamos de que hay un error, una imprecisión, una palabra mal escrita o un adjetivo inadecuado, no hay más que aceptarlo y aprender.

Estos son los pasos que se sugieren para una revisión efectiva:

- **Deja reposar el escrito.** Quizá una hora, dos días, una semana, dependiendo de la extensión y complejidad del texto. A veces no es posible por múltiples razones, pero siempre que puedas procura alejarte un poco de él para que tu mirada se refresque y tu espíritu autocritico esté descansado y muy atento.

Si no dejamos reposar al texto, puede producirse la llamada "ceguera de taller", que consiste en que, por tanto estar en un lugar, uno adormece su capacidad de observar. Entonces, cuando llega un nuevo jefe de taller, descubre que hace falta pintar las paredes, reparar el piso o cambiar los codos de una tubería. Todos lo velan, incluido el jefe de taller que se ha ido, pero ya nadie reparaba en ello.

A veces esto nos sucede con nuestros textos cuando estamos mucho tiempo con ellos. Podemos leer diez veces un párrafo y no reparar en un error. Por ello es tan importante alejarse mental y visualmente de un texto que acabamos de escribir en su versión preliminar. Y siempre será preliminar mientras no lo revisemos cabalmente.

- **Mantente alerta.** Lee con atención y con actitud crítica. Ten cuidado con:
 - **Errores de dedo.** Los correctores de la computadora ayudan mucho, pero puede ser que no encuentren un error. Por ejemplo, si escribimos *manera* en lugar de *madera*, no necesariamente el corrector nos avisará.
 - **Errores de ortografía.** Hay quienes afirman que la ortografía desaparecerá y hay quienes escriben como si eso ya hubiera sucedido. Pero la ortografía existe y revela calidad y profesionalismo de quien cumple sus normas. Quizás te digas que no tiene caso. Lo tiene. ¿O quieras escribir bien sin que lo parezca? La ortografía tiene muchas reglas, pero todas son susceptibles de consultarse y aprenderse. Cada vez que tengas una duda, consulta. Así evitarás errores y aprenderás rápidamente. No hay pretexto ni argumento que justifique escribir con errores ortográficos. Las soluciones a las dudas están a la mano. ¿O no es cierto que eres un tiburón cuando navegas por Internet?
 - **Errores de repetición.** Ya sabes, no es bueno que repitamos palabras en un mismo párrafo, y a veces también hay que evitar hacerlo en una página. Cuando descubras una repetición que no esté justificada, busca sinónimos y elige con detenimiento el adecuado. ¿Puede justificarse una repetición? Si, cuando se quiere poner cierto énfasis o se trata de un juego de palabras. Por ejemplo, la frase *El hombre es el lobo del hombre* (generalmente atribuida a Thomas Hobbes) perdería fuerza y significado si dijera *El hombre es el lobo del ser humano*.
 - **Errores de significado.** Por ejemplo, podemos haber escrito *infringir* cuando en realidad queríamos decir *infilar*, o escribir *ingerir* en lugar de *injurar*, que es otra palabra. Se suela caer en estas equivocaciones por no saber, y sobre todo por no consultar, y por lo tanto cometemos un error que cambia el significado respecto de lo que queríamos decir.
 - **Errores de imprecisión.** Sigue que hablamos escrito por allí que *hay muchas cosas que preocupan a la sociedad*. Y en la revisión nos damos cuenta de la vaguedad del término. Es mejor escribir: *hay tensiones que preocupan a la*

- sociedad, o rezagos, o conflictos, en fin, seguramente habrá una palabra más precisa que sustituya a la cosa que hemos puesto.
- **Errores en adjetivos.** Tal vez escribimos que la situación era muy seria cuando queríamos decir que era grave. ¿Y si queríamos decir que el hijo estaba afligido y no preocupado? ¿Y si, pensándolo bien, lo que queríamos era subrayar que una mujer era imponente y no bella? ¿Y si es mejor escribir que la tumba estaba desolada y no solitaria?
 - **Errores de construcción.** No es lo mismo escribir que "los papás preocupados llegaron precipitadamente", que "los papás, preocupados, llegaron precipitadamente". La primera frase quiere decir que solo llegaron los padres que estaban preocupados; la segunda, que todos los padres llegaron preocupados. Tampoco es lo mismo niño pobre que pobre niño. Y hay diferencia entre decir Pedro corre que Pedro, corre. A veces una coma cambia el significado, a veces lo hace el orden de las palabras, y a veces el cambio de una palabra por otra: Juan era feliz; Juan estaba feliz.
 - **Errores de concordancia.** Ocurren, sobre todo, cuando escribimos el sustantivo en singular y el verbo en plural, por ejemplo, Roberto, junto con su primo, diseñaron el edificio. Si escribieramos Roberto y su primo diseñaron el edificio hay concordancia porque se trata de dos sujetos, pero al escribir Roberto, junto con su primo, debemos poner el verbo en singular, pues el sujeto es uno, Roberto, porque su primo está mencionado en una frase incidental, entre comas, y por este hecho se sustrae a la construcción de la frase. Recuerda que las frases incidentales son aquellas que se pueden omitir sin que la frase principal sufra alteración alguna. Si quitamos junto con su primo, la frase queda Roberto diseñó el edificio. ¿Cómo escribirías: un grupo de empresarios protestaron o un grupo de empresarios protestó?
 - **Organiza y unifica la tipografía.** Es importante homogeneizar tamaños y tipos de letra en función de su colocación en el texto. Por ejemplo, puedes decidir: los nombres de los capítulos van en negritas y a 12 puntos; los subtítulos van en blancas y a 12 puntos; cualquier otro enunciado que separe apartados va a ir en 11 puntos y subrayado. Otro ejemplo: cuando escriba títulos de libros los pondré en cursivas, sin comillas, y únicamente la primera letra del título será en mayúsculas (además, obviamente, de los nombres propios).

Es muy importante que también realices esta revisión de forma no solo porque estamos obligados a presentar un trabajo bien cuidado, sino porque generalmente la unidad y orden de la tipografía contribuye a la comprensión del texto.

Estos son solo algunos de los errores que solemos cometer. En casi todos los libros de gramática hay capítulos dedicados a cómo evitar los principales errores que se cometen al momento de escribir.

Recuerda: la revisión y la corrección no son actividades opcionales ni marginales sino que constituyen una etapa esencial del proceso de redactar.



LECTURA COMPLEMENTARIA

Refuerza tus conocimientos. Estudia la lectura complementaria en la página web de la obra. Elabora un resumen y entragalo a tu profesor para comentarlo en clase.



EVALUACIÓN SUMATIVA



I. AUTOEVALUACIÓN

Instrucciones: Anota una V si la aseveración es verdadera y una F si es falsa.

1. La narración relata un hecho que evoluciona, un acontecimiento en el que pasa algo. ()
2. Una narración solo puede escribirse en primera persona. ()
3. La descripción directa es subjetiva y la interpretativa es objetiva. ()
4. Argumentar es presentar uno o varios razonamientos en favor o en contra de alguien o algo. ()
5. Para escribir una argumentación no es conveniente tomar en cuenta los argumentos de quienes piensan diferente. ()
6. La estructura generalmente aceptada que debe tener una exposición es: introducción, desarrollo y remate. ()
7. En escritura de diálogos, se llama estilo directo a aquel en el que no se usa ningún signo de puntuación. ()
8. Al escribir diálogos es recomendable dar identidad a cada uno de los interlocutores y características distintivas a sus voces. ()
9. Para escribir textos de calidad, es necesario cubrir al menos las siguientes etapas: planeación, producción de ideas, producción de textos y revisión final. ()
10. Entre otros elementos, la planeación de un texto implica la elaboración de un cronograma. ()
11. Investigar sobre un tema solo es una forma de posponer lo que realmente importa: empezar a escribir. ()
12. No debes preocuparte por cómo empiezas tu texto, porque el lector siempre estará dispuesto a seguir leyendo. ()
13. Todo texto debe contar con una estructura sólida y una continuidad lógica. ()
14. Revisar y corregir no es parte de la escritura, y se hace solo cuando hay tiempo y se considera necesario. ()



II. AUTOEVALUACIÓN EN LÍNEA

Comprueba tus avances y resuelve la autoevaluación de la página web de este libro.



III. CRUCIGRAMA

Resuelve el crucigrama que se presenta en la página web de esta obra.



IV. GAMIFICACIÓN

Ingrésa al sitio web de este libro. Diviértete y aprende con los contenidos que estudiaste en este capítulo.



V. PODCAST

Conoce el podcast de este capítulo que está en la página web. ¡Te encantará!



VI. CONCLUSIONES Y APRENDIZAJES

1. Anota cuatro conclusiones importantes que hayas obtenido del estudio de este capítulo.
2. Anota cuatro aprendizajes de los temas estudiados en este capítulo.
3. Escribe un texto con las principales conclusiones de este capítulo.

**ENSAYO Y PRESENTACIÓN AUDIOVISUAL**

Elabora un ensayo corto en el que apliques los conocimientos adquiridos en este capítulo y preséntalo de manera oral en clase.

**ENTREGABLES**

En la plataforma resuelve la sección de "Entregables" para este capítulo.



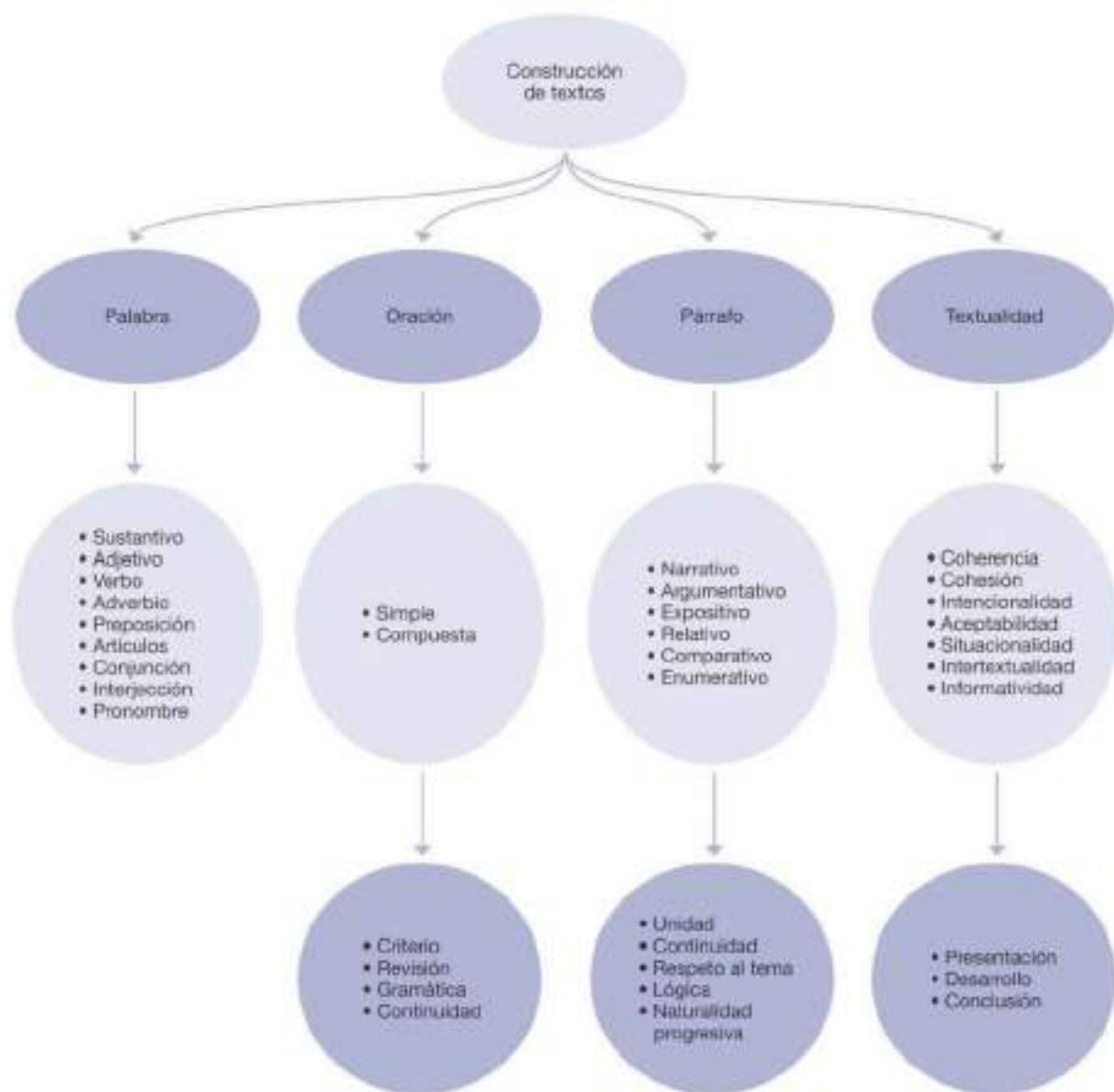
CAPÍTULO 6

CONSTRUCCIÓN DE TEXTOS



El lector desarrollará habilidades para:

- Conocer las unidades básicas del idioma español.
- Describir qué es una oración y cuáles son sus características.
- Conocer las categorías en que se dividen las palabras.
- Dominar la estructura básica de la oración: sujeto y predicado.
- Distinguir los diferentes tipos de oraciones.
- Analizar la estructura y los tipos de párrato.
- Describir qué es la textualidad y cuáles son las cualidades que ayudan a definir un texto.
- Conocer y aplicar cuatro pautas para integrar oraciones en párrafos: criterio, continuidad, gramática y revisión.
- Conocer y aplicar las pautas para integrar párrafos en textos completos: unidad, continuidad, respeto al tema, lógica y naturalidad progresiva.
- Aplicar la estructura básica en que se divide un texto: presentación, desarrollo y conclusión.



Hasta ahora nos hemos acercado a distintos modelos de textos y hemos realizado algunos ejercicios para iniciar, o en su caso reforzar, tu experiencia en la redacción.

Hagamos una escala fundamental para conocer, analizar y dominar las unidades básicas del lenguaje, que son nuestras herramientas para la construcción de textos, es decir, para comunicar eficazmente por escrito.

En este capítulo empezaremos por conocer cuáles son las categorías en las que se agrupan las palabras. Una vez que recordemos qué es el sustantivo, el adjetivo, el verbo, el adverbio y otras categorías, pasaremos a analizar la oración y a saber qué la caracteriza y cómo se estructura.

Luego hablaremos de los párrafos, que pueden constar de una o varias oraciones, para finalmente exponer cómo es que se integran los párrafos para construir un texto completo, sea una carta, un artículo de opinión, un ensayo o un libro.

■ 6.1 Unidades básicas

Las unidades básicas del idioma son la palabra, la oración y el párrafo. Las palabras son las unidades indispensables, desde luego. Fueron creándose al paso del tiempo, de lo que hablaremos sucesivamente en las páginas siguientes. Si todas las palabras cumplieran la misma función, el lenguaje no sería posible. Por ejemplo, si la humanidad solo hubiera creado sustantivos, a estas alturas solo diríamos casa, piedra, cielo, agua y así hasta el infinito. Nuestros ancestros se dieron cuenta de que era necesario decir cómo eran las cosas y no solo nombrarlas. Por eso empezamos a decir casa oscura, piedra grande, cielo nublado, agua limpia. Así se construyeron también los verbos y los adverbios y las demás categorías de palabras.

Una vez que las palabras tuvieron diversas funciones se creó la oración y luego, cuando empezamos a escribir, surgieron los párrafos.

Este capítulo trata, pues, de cómo podemos construir mejores oraciones y mejores párrafos para crear textos completos. Empecemos.

6.1.1 La oración

La oración es la herramienta básica, y por ello más importante, del idioma.

Con el uso de las letras solamente, sería poco lo que podríamos comunicar; con las palabras podríamos ir un poco más lejos, pero no tanto. Solo con la oración el lenguaje adquiere una dimensión de comunicación con diversos grados de complejidad.

La oración es una unidad sintáctica con sentido completo. En ella reunimos palabras y las ordenamos para transmitir un significado.

Todas las personas construimos oraciones todo el tiempo. Y casi siempre lo hacemos sin darnos cuenta. Cuando alguien dice: "Mi hermano llega mañana de España" o "No quiero presentar el examen" está construyendo una oración.

¿Y si ya lo hacemos, para qué estudiarla? Para hacerlo bien. Para mejorar nuestra capacidad de redacción y nuestras posibilidades de comunicarnos con eficacia.

A diferencia de lo que hacemos al hablar, en cuyo caso acompañamos lo que decimos con nuestro lenguaje corporal y fonético, por ejemplo, actitudes, gestos, ademanes, susurros, gritos e inflexiones de voz, al redactar debemos tener presente

que lo que escribimos no va acompañado por ningún gesto ni por ninguna entonación. En consecuencia, la única forma de lograr que el lector le dé al texto el sentido y la interpretación que queremos comunicar es redactándolo bien. Para ello es muy importante conocer y entender lo que es una oración y cada una de sus partes.

Hagamos un similitud: en un equipo de fútbol, todos sus integrantes, obviamente, juegan fútbol, pero cada uno desempeña un papel concreto y tiene asignada una misión. Por eso hay portero, defensas, mediocampistas, delanteros y, más aún, hay defensas centrales y laterales, medios de contención y medios creativos.

La oración es como un equipo deportivo: todos sus integrantes, es decir, las palabras, expresan algo, pero cada categoría de palabra (sustantivo, adjetivo, verbo, adverbio) tiene su propia misión, sus propias funciones. Conocer a cada jugador, esto es, cada tipo de palabra, facilita la comprensión de cómo se articula el lenguaje y cómo podemos mejorar nuestra expresión escrita.

En el caso del español, la misión y función de las palabras se les ha asignado a través de un largo periodo de más de mil años, en el que se ha ido conformando lo que ahora constituye nuestro idioma, cuya estructura y perfeccionamiento gradual hacen posible que podamos estudiarlo de manera sistemática.

Quién sabe qué recuerdos tengas de la sintaxis, pero si son malos olvidate de ellos. La sintaxis es una gran amiga que nos ayuda a escribir con orden, claridad y fuerza expresiva.

¿Y qué es lo que hace la sintaxis como parte de la gramática? Estudia el modo en que se combinan las palabras y los grupos que estas forman para expresar significados, así como las relaciones que se establecen entre todas esas unidades.

6.1.1.1 Todas las palabras caben en nueve categorías

Estas son las nueve categorías en que se clasifican las palabras y sus funciones:

- **Sustantivo (o nombre).** Es la palabra con la que nombramos a una persona, un sitio, un animal o incluso una idea (en cuyo caso hablaremos de un sustantivo abstracto). Aquí unos ejemplos de sustantivo:

Ramón, lago, halcón, gravedad, Polonia, amor, mantel, astronauta, voluntad, guerra, playa, espacio, residencia, amapola, luz, utopía.

Este pudo haber sido el primer tipo de palabras que crearon nuestros antepasados. Tenían que nombrar el agua, el árbol, la piedra, el tigre, la tristeza, la amenaza, la ilusión, la angustia, la esperanza. Y tenían que darle un nombre a sus hijos para llamarlos, para distinguirlos. Quizá los llamaron Trueno, Espiga, Brizna, Luna, Piedra, Viento, tratando de reflejar a qué elemento de la naturaleza se parecían sus hijos e hijas. Y de allí a la creación de los nombres más diversos.

- **Adjetivo.** Palabra con la que calificamos a un sustantivo. Si hablábamos en términos pictóricos, diríamos que los adjetivos dan color, volumen, tono, profundidad. El adjetivo dice cómo es el sustantivo, es decir, la persona, el objeto, el lugar o el sentimiento del que hablamos. Esta categoría crea y define la imagen que queremos proyectar en nuestro lector respecto del sustantivo que enunciaremos. De un árbol se puede decir que es grande, impresionante, nostálgico, viejo, magnífico; de una idea, que es absurda, brillante, innovadora, extemporánea, prometedora, limitada.

¿Qué dirías de una persona que suele pasar inadvertida? ¿Qué es intrascendente, triste, inconsiguiente, discreta, invisible, modesta?

Como adviertes, el adjetivo tiene un gran peso al momento de transmitir la idea o la información de una persona, un objeto o un concepto.

Porque la representación mental de árbol cambia radicalmente si decimos de él que es impresionante o que es nostálgico. Lo mismo sucede cada vez que agregamos un adjetivo al sustantivo.

Otros ejemplos de adjetivos son:

Luminoso, chistoso, feo, alto, veloz, azulado, sigiloso, moderno, antipático, estriidente, anticuado, prepotente.

Nuestros antepasados tuvieron que inventar los adjetivos porque llegó el momento en que no bastaba con que un miembro del grupo regresara de una exploración de terreno y dijera: agua. No, la experiencia decía que ya no era suficiente. Había que informar si era limpia, sucia, mucha, corriente, esfumada, fresca, contaminada; igualmente, no era lo mismo decir: amenaza, que decir amenaza cercana, peligrosa, mortal, falsa.

Una recomendación: al redactar procura no abusar del uso de los adjetivos. A veces lo hacemos porque puede resultar tentador dar mayor "color" a nuestro texto pero, como dijo el poeta chileno Vicente Huidobro: "El adjetivo que no da vida, mata".

- **Verbo.** El verbo es la acción. No lo olvides. Los verbos son la acción que realiza el sustantivo, es decir, el sujeto: Laura escribe; José Juan estudia; Abelardo piensa. Además de acción, el verbo puede manifestar un estado o un proceso. Uno de los verbos que comúnmente se dificulta identificar es el más básico de todos (filosóficamente hablando), el verbo "ser". En la oración "Juan es mi hermano", el verbo es la palabra es, conjugación en tercera persona del verbo ser.

Los verbos se relacionan con el sujeto que los realiza. Cuando el verbo, la acción, se asigna a una persona, tiene que conjugarse para saber quién es esa persona, en cuyo caso se dice que es un verbo conjugado. Por ejemplo, yo leo; tú lees, él lee, nosotros leemos, ustedes leen, ellos leen.

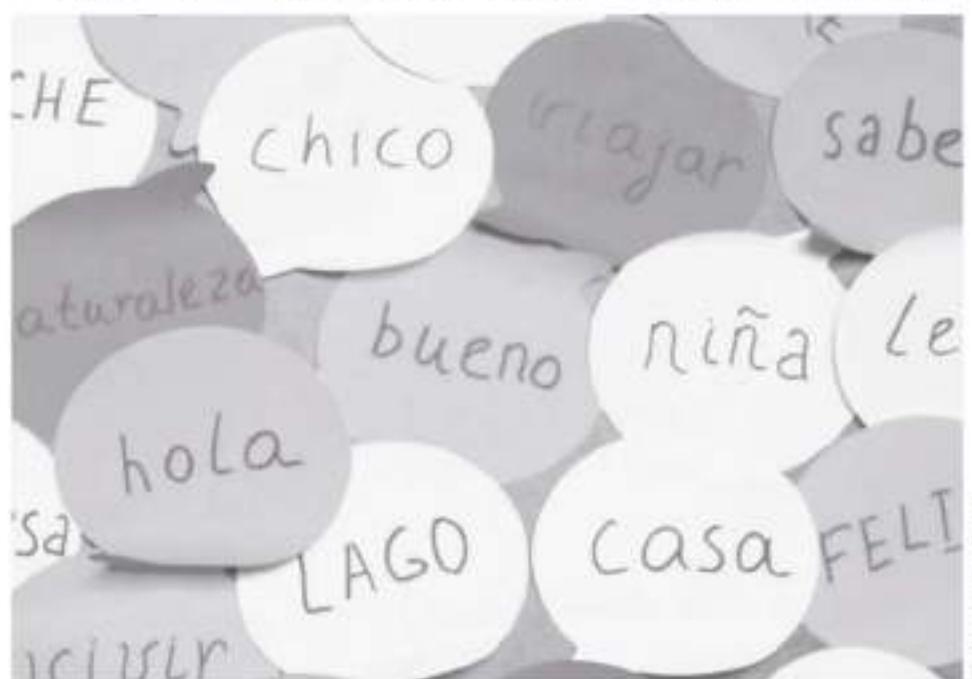
Y también se relacionan con el tiempo: Laura escribe, se dice en presente; Laura escribió, en pasado; Laura escribirá, en futuro.

Si tienes dudas respecto de cómo se conjuga un verbo, puedes consultar algún diccionario de la conjugación. Allí podrás saber rápidamente lo que desconoces. Por ejemplo, cómo se conjuga el verbo nevar. Por cierto, el verbo nevar es impersonal, porque no lo puede realizar una persona. Una persona no nieva. Por lo tanto, no podemos decir: yo nievo, tú nieves, él nieva. De todos modos, a veces se conjuga en función del tiempo: ayer nevó, mañana nevará. Y aquí es donde podemos ilustrar una duda que se tiene con frecuencia: ¿Está bien decir: en Chihuahua nieva? ¿O debemos decir: en Chihuahua nieva? Pues vamos al diccionario de conjugaciones y allí nos enteraremos de que el verbo nevar se conjuga como el verbo pensar. Entonces concluimos que se dice: en Chihuahua nieva, como si se dijera: Abelardo piensa.

Los verbos también pueden estar realizándose al momento en que escribimos. Por ejemplo: José Juan está estudiando en la universidad. En este caso el verbo está en gerundo. Seguro ya te acordaste: gerundo. Los gerundios se caracterizan por terminar en ando, iendo, yendo. Por ejemplo: el abogado está litigando; Serafín se está distraiendo. Cuando ponemos verbos en gerundo es que el verbo se está ejecutando en el momento en que estamos escribiendo: el médico está hablando con la enfermera. Puede ser que nos refiramos a un momento exacto y pasajero: Estoy esperando el avión, pero también podemos hacer alusión a una acción más prolongada, como: Toto está trabajando en Barcelona o Ramiro está escribiendo una novela.

Los gerundios suelen meternos en aprietos. Hay que tener cuidado al usarlos. El error más frecuente es cuando utilizamos un gerundo en una circunstancia imposible, por ejemplo: Alberto llegó sentándose o El avión cayó muriendo doce personas. Es error porque Alberto no puede llegar y al mismo tiempo sentarse ni el avión puede caerse muriendo doce personas. Y ello debido a que el gerundo invoca simultaneidad. Alberto sí puede llegar sonriendo porque las acciones de llegar y sonreír sí pueden realizarse de manera simultánea.

Para que evites errores, te recomendamos consultar un libro de gramática para conocer los casos en los que es válido utilizar el gerundo y los principales riesgos de usarlo mal. Y otra recomendación más: si dudas, mejor no lo uses.



©Tobin/Adobe Stock

- **Adverbio.** Son las palabras que modifican a un verbo, a un adjetivo o a otro adverbio. Recuerda que para calificar a los sustantivos está el adjetivo. Los adverbios se clasifican en adverbios de tiempo, de lugar, de cantidad, de modo, de afirmación, de negación, de duda y más.

Son adverbios: muy, mucho, poco, nada, nunca, siempre, ahí, allí, delante, encima, mal, bien, antes, después, algunas veces. Por ejemplo:

- Sonia llegó *muy cansada*
- El rescatista tenía *mucho frío*
- El juez *nevera* llegó
- Rigoberto estaba *allí*
- Rosa Luz venía *delante* del grupo
- La llanta está *mal* puesta.
- Te inscribes *después* de haber presentado todos tus documentos.

Como podrás advertir, el adverbio califica y gracias a él sabemos, por ejemplo, que el derrumbe ocurrió después de la revisión del edificio o que en el Jardín de la Alondra algunas veces no pasa el autobús.

Y también los que se refieren al modo en que se realiza, realizó o realizará una acción, es decir, Juan saltó. Sí, pero cómo saltó: desganadamente, confiadamente, irresponsablemente, heroicamente.

- **Artículos.** Estos, como los adjetivos, guardan relación directa con el sustantivo. Los hay definidos: el, la, los, las. E indefinidos: un, una, unos, unas. Como podrás darte cuenta, los artículos indican si el sustantivo es femenino o masculino y si es singular o plural. Cuando revises tus textos asegúrate de que los artículos siempre sean concordantes con el sustantivo, no escribimos: "las alumna", ni tampoco "uno muchachos". Te recomendamos que al momento de decidirte entre unos u otros, tengas presente que los artículos definidos siempre guardan una relación más estrecha con el sustantivo que enuncian, mientras que los indeterminados son más lejanos y, en consecuencia, fríos. Advierte la diferencia entre decir: "La familia" a "Una familia". Cuando alguien dice: Pásame las llaves, se infiere que la persona que recibe la indicación sabe de qué llaves se trata; si no sabemos, utilizamos un artículo indeterminado: Mis papás están buscando unas llaves.
- **Preposiciones.** Las conoces bien. Su función es unir palabras u oraciones. Aquí algunos ejemplos de preposiciones: a, ante, bajo, con, contra, de, desde, durante, en, hacia, hasta, para, por, según, sin, sobre, tras...

Así, decimos: Vamos a San Luis Potosí; Me pongo nervioso ante el público; Juega con el balón; Estamos en La Marquesa; Necesitamos vasos para la reunión de mañana; Te dejé la foto sobre el escritorio.

- **Conjunciones.** Son conectores. Enlazan palabras, situaciones, ideas. Las hay de distintos tipos (copulativas, adversativas, causales, disyuntivas). Las que usamos con mayor frecuencia son y y pero. La primera (y) es una conjunción copulativa, la segunda (pero) una adversativa; si te das cuenta, cuando utilizamos el pero siempre lo hacemos para crear, por decirlo de alguna forma, adversidad entre dos ideas o situaciones. Ejemplos:

Yo iba a llegar temprano, pero se descompuso el metro.
Marta jugará la final, pero con riesgo de volver a lesionarse.

Por otro lado, cuando empleamos y es para vincular dos ideas, situaciones o personas. Ejemplos:

La gallina y el polluelo;
Mariana tocó la guitarra y bailó.
Espero verte mañana y entregarte el regalo que te dejó Pedro.

Otras conjunciones copulativas son: e y ni. La primera la usamos en funciones de y cuando la última palabra que vinculamos empleza con la letra i. Así, decimos: Estuvimos reunidos Luis, Antonia, Gabriel e Ignacio. Usamos ni cuando mantenemos el vínculo entre dos o más sustantivos o frases, pero en lugar de sumar, restamos, por ejemplo: Ni Julio ni Adriana fueron a la reunión.

- **Interjecciones.** Su uso es para revelar expresividad. Ejemplos:

Ah, oh, epa, auch.

- **Pronombres.** Los utilizamos para sustituir el nombre que alude a las personas, animales, cosas o seres. Existen los pronombres personales como: yo, tú, él, ella, nosotros, ustedes, mi, me, contigo, conmigo, los, les. Los pronombres de-

mostrativos: este, esta, aquel, aquellos, eso. Pronombres posesivos: mío, tuyo, suyo, suya. Y los pronombres relativos: que, quien, cuan, cuanto, cual. Algunos ejemplos de su uso, y de cómo es que sustituyen a un sustantivo son los siguientes: *Él vendrá temprano* (se supone que el interlocutor sabe quién es él); *ella estará atenta* (no tenemos que decir que ella es Laura porque, en el siguiente ejemplo, se sobreentiende: Laura será la encargada de procesar tu solicitud. Ella estará atenta a recibir tus documentos.)

El pronombre *conmigo* ahorra explicaciones: "Dulce y Yanira irán *conmigo*". En este caso es evidente que quien habla se incluye sin mencionarse; es el pronombre el que deja claro el sentido de la frase.

Al utilizar los pronombres posesivos no es necesario mencionar a un sujeto de manera explícita porque está implícito. Por ejemplo: La culpa es *mía*; el libro es *tuyo*.

En todos estos casos, se cumple la función del pronombre, que es sustituir al nombre.

Pues bien, estas son las nueve categorías que hay que identificar para construir oraciones. No son tantas y, para efectos de conseguir una redacción clara, las que tenemos que identificar mejor son los sustantivos y los verbos, dado que soportan las dos partes más importantes de cualquier oración: el sujeto y el predicado.



GUÍA DE ACCIÓN

En el siguiente texto, identifica el mayor número de palabras según su categoría. Aunque a veces es claro, en otras no lo es, así que no te preocupes si en algunos casos tienes duda. No te abrumes si no identificas algunas. El propósito del ejercicio es que confirmes lo que sabes y te des cuenta de aquello en lo que tendrás que seguir trabajando para identificar la categoría de cada palabra según su función en la oración. Para que tomes vuelo, te ayudamos con las primeras diez palabras:

Tomamos (verbo) un (artículo indeterminado) poco (adverbio de cantidad) de (preposición) café (sustantivo) y (conjunción) de (preposición) carne (sustantivo) asada, (adjetivo) los (artículo) asistentes _____ cortaron _____ algunas
 _____ cañas _____ de _____ maíz
 _____ para _____ dar _____ de
 _____ comer _____ a _____ los
 _____ animales _____ y _____ no
 _____ tardó _____ en _____ des-
 atarse _____ la _____ lluvia, _____
 una _____ lluvia _____ espesa,
 _____ monótona _____ y _____ sin
 _____ tregua _____ que _____ so-
 naba _____ sobre _____ las _____
 hojas _____ carnosas _____ como
 _____ un _____ redoble _____
 de _____ lejanos _____ tambores.
 _____ No _____ bien _____ apo-

yé _____ la _____ cabeza _____
 en _____ la _____ montura, _____
 los _____ ojos _____ se _____
 me _____ cerraron _____ y _____
 me _____ hundi _____ en _____
 un _____ agujero _____ abrigado
 _____ que _____ me _____ aislaba
 _____ del _____ mundo _____ y _____
 _____ adonde _____ no _____ lle-
 gabán _____ las _____ voces _____
 ni _____ el _____ ruido _____ de _____
 _____ la _____ lluvia.

El rey viejo, Fernando Benítez

Ahora sí, vamos a la oración. Primero establezcamos la diferencia entre una frase y una oración.

La frase, en términos gramaticales, es una construcción que carece de verbo, es un "conjunto de palabras que constituyen un enunciado" (DRAE). Algunos ejemplos de frases son:

La casa azul.
 Miércoles, sábados y domingos.
 Oh, qué tragedia.
 ¡Mamá!

Cada una de las frases anteriores comunica algo, pero de manera incompleta, y por ello no tiene sentido en sí misma sino en función del contexto. Por ejemplo, si le preguntas a un amigo: ¿Cuál de todas esas casas es la tuya?, puede responderle: La casa azul.

Las oraciones, en cambio, tienen sentido por sí mismas. Tomando los ejemplos que hemos puesto para ilustrar lo que es una frase, podemos transformarlas en oraciones agregándoles un verbo. Así se convierten en oraciones, esto es, en ideas completas.

La casa azul se derrumbó.
 Voy al deportivo miércoles, sábados y domingos.
 Oh, qué tragedia vhl.
 ¡Mamá, ven!

Ahora son oraciones. Todo gracias al verbo que se les añadió. Para que tengas más clara esta distinción, convierte las siguientes frases en oraciones. Agrega lo que quieras, pero en todos los casos incluye un verbo:

El canario de la abuela.
 La ciudad más grande del mundo.
 Bestia.

En la parada de autobús,
Julio y agosto.
La mantequilla de los expertos.

La idea central por ahora es que la oración es una idea completa, es decir, que goza de autonomía sintáctica. Este debe ser un conocimiento bien arraigado, integrado en tu manejo del idioma. Es necesario que te ejerces en pulir tus oraciones hasta que constituyan ideas completas.

Con una o varias oraciones, como veremos más adelante, construiremos un párrafo, y con varios o cientos de párrafos vinculados, edificaremos páginas y textos acabados.

Para conseguirla recuerda la base de la redacción que ya conoces: el orden. Ordena las palabras para conseguir buenas oraciones, ordena las oraciones para conseguir buenos párrafos y ordena tus párrafos para obtener magníficos textos.

Lo que estamos a punto de revisar tiene gran relevancia para quien escribe, la misma que para un músico tiene conocer notas, melodías y armonías, y para un pintor saber de colores, matices, tonos y texturas.

A diferencia de otros medios y herramientas comunicativas que solo utilizan algunas personas, la escritura la practicamos todos o la gran mayoría. No todos tocamos un instrumento o sabemos dibujar un rostro, pero si todos escribimos y leemos, actividades que soportan el quehacer humano desde hace mucho tiempo. Somos seres comunicativos y lectores. Basta con pensar en la publicidad que leemos en las calles, los subtítulos de las películas, los mensajes que recibimos de nuestros amigos, las señalizaciones del tránsito; todo el tiempo leemos, decodificamos. Y, todo el tiempo, escribimos.

Y ya que es una actividad que tan frecuentemente realizamos, ¿por qué no hacerla de la mejor manera? Tu propósito puede ser mejorar tus habilidades de comunicación, disponer de una herramienta útil, aumentar tus capacidades profesionales o convertirte en un escritor. Un texto siempre demuestra la formalidad y capacidad de una persona en el momento de presentarse ante un desconocido, una amiga o un posible empleador.

Es necesario, desde luego, nutrir nuestra capacidad profesional y personal con los conocimientos indispensables para escribir mejor. Sin más, estudiemos.

6.1.1.2 Sujeto y predicado

Una oración siempre tiene sujeto y predicado. El sujeto es quien realiza la acción, y el predicado es lo que hace el sujeto o lo que se dice de él.

El sujeto y el predicado son, pues, las partes fundamentales de toda oración. En los casos más sencillos, el sujeto es el sustantivo y el predicado el verbo. Ejemplos:

Luisa (sustantivo/sujeto) cantó (verbo/predicado).
Nosotros (sustantivo/sujeto) perdimos (verbo/predicado).
Tania (sustantivo/sujeto) compuso (verbo/núcleo de predicado) una canción para José.

Bien, ahora vamos a sumar palabras en las oraciones anteriores para poder conocer las partes del predicado. Por ejemplo, con la primera analizaremos los **complementos circunstanciales**, que son los siguientes:

Complemento circunstancial de tiempo:

Luisa cantó ayer.

Complemento circunstancial de lugar:

Luisa cantó en el auditorio.

Complemento circunstancial de modo:

Luisa cantó estupendamente.

Complemento circunstancial de cantidad:

Luisa cantó tres canciones.

Complemento circunstancial de causa:

Luisa cantó a petición de sus padres.

Los complementos circunstanciales guardan relación más estrecha con la acción, con el verbo, es decir, con el predicado, que con el sujeto. No se están dando detalles de la persona que realiza la acción sino de la acción misma. Pertenecen, en consecuencia, a la unidad del predicado.

Con la segunda oración analicemos el **objeto directo** que, también, pertenece exclusivamente al predicado.

Nosotros perdimos el campeonato.

Bien, para localizar el objeto directo debemos hacernos la pregunta: ¿qué (más el verbo)?

En este caso sería: ¿Qué perdimos? El campeonato.

(...) el campeonato es el objeto directo de la oración.

Con la tercera oración veremos el **objeto indirecto**. Este se encuentra con la pregunta ¿para quién? O ¿para qué? El objeto indirecto se basa en la finalidad, es decir, para qué o para quién se hace la acción.

Tania compuso una canción para Josué.

Nos preguntaríamos: ¿para quién compuso una canción?

El objeto indirecto sería para Josué.

Tanto el objeto directo como el indirecto son sencillos siempre y cuando tengamos presentes las preguntas con las que los localizamos. No más.

Esto que hemos realizado hasta ahora tiene que ver con las partes del predicado. Antes de pasar con las del sujeto, realicemos unos cuantos ejercicios.



GUÍA DE ACCIÓN

1. Escribe complementos circunstanciales de tiempo en las siguientes oraciones:

Traeré los libreros.
Los tiburones nadan.

2. Escribe complementos circunstanciales de modo en las siguientes oraciones:

Ricardo y Emilio decidieron irse.
Los países del sur de África confrontaron sus problemas.

3. Escribe complementos circunstanciales de lugar en las siguientes oraciones:

Me iré.
Daniel entregará el mensaje.

4. Localiza el objeto directo, y en su caso el indirecto, de las siguientes oraciones:

Mamá compró un libro de aviación.
Miguel se inscribirá de oyente en la clase de literatura para ver si le gusta.
Los orangutanes derribaron un árbol.
Ricardo irá a Chiapas para visitar a su papá.
Paco estudiará fotografía.
Mercedes y Álvaro son coleccionistas de aventuras.

5. Escribe tres oraciones que contengan complemento directo e indirecto. Por ejemplo: Deyanira y Luis saldrán mañana a Acapulco para ver el Abierto de tenis. En esta oración, Deyanira y Luis son el sujeto; saldrán mañana a Acapulco, el objeto directo, y para ver el Abierto de tenis el indirecto.

1.

2.

3.

6.1.1.3 Tipos de sujeto

Hasta ahora hemos puesto como ejemplos de sujeto a personas o animales. Pero hay otros tipos de sujeto.

- **Sujeto explícito.** Este tipo de sujeto ya lo conocemos, porque lo mencionamos en los ejemplos anteriores: Luisa, Nosotros, Ella. Agréguelos ahora que los sujetos explícitos o simples tienen un núcleo. El núcleo es la palabra medular del sujeto que, en la mayoría de los casos, es el sustantivo. Revisémoslo en el siguiente ejemplo:

La casa azul se derrumbó.

En esta oración, el sujeto está conformado por tres palabras: La casa azul, pero **casa** es, además del sustantivo, la palabra más importante del sujeto, ni la ni **azul** tienen la misma relevancia que **casa**, por lo tanto **casa** es el núcleo del sujeto. A continuación más ejemplos de sujetos explícitos, con su núcleo señalado:

Las **mascotas** de Tere son pequeñas.
Saul salió tarde de la escuela.
La **cancha** de tenis es nueva.
Los **jóvenes** solicitaron clases adicionales de educación física.

- **Sujeto tácito.** Este es un sujeto, digámoslo así, elegante. No necesita presentarse para que sepamos quién realiza la acción. Se infiere porque está "dicho" en la conjugación del verbo. Ejemplo:

Miramos el horizonte.

Aquí, como te dirás cuenta, no existe sustantivo en el sujeto (sí en el predicado, y esto es un objeto directo: ¿qué miramos? El horizonte). Pero localizar al sujeto, que en este caso está "escondido" en el verbo, preguntamos ¿quién? La respuesta es instantánea y contundente: nosotros. El sujeto tácito de esta oración es **nosotros**.

Otros ejemplos de sujeto tácito:

Camino por el parque (ella/él).
Arriáñate la noche (tú).
Rebasamos nuestros propios límites (nosotros).
Vencieron la casa sin mi autorización (ellos/ustedes).

- **Sujeto compuesto.** Este sujeto tiene dos o más núcleos, es decir, dos o más sustantivos que son igual de importantes:

Mauro y Esther estuvieron en el hospital.
Los redactores y los fotógrafos regresaron con poca información.
Fresas, mangos y manzanas se dan mucho en México.
El Barcelona y el Real Madrid van por el campeonato.

- **Sujeto agente.** Está presente cuando el sujeto ejecuta la acción del verbo. A esto se le conoce como **voz activa** y, como puede inferirse, hace que se le dé

más importancia al sujeto que a los objetos que reciben la acción. Un ejemplo de voz activa es:

La dirigencia del Partido eligió al candidato.

El sujeto agente, naturalmente, es la **dirigencia del Partido**.

- **Sujeto paciente.** Es lo contrario del anterior. Se utiliza en la **voz pasiva**, que pone el énfasis en el sujeto que recibe la acción. Reformemos nuestro ejemplo anterior para explicarlo. Ahora, en lugar de darle importancia a la dirigencia del Partido se la daremos al candidato elegido, al convertirlo en sujeto paciente:

El candidato fue elegido por la dirigencia del Partido.

La voz pasiva consigue un efecto retórico muy interesante: dar a los sujetos pasivos o a los objetos mayor importancia que a los agentes que efectúan las acciones. Sin embargo, hay que ser selectivos para usar la voz pasiva porque normalmente la voz activa sugiere más acción y en general es más recomendable. Por ejemplo, ¿cuál de las dos oraciones siguientes te parece más dinámica?

Las enfermeras trasladaron el lesionado.

El lesionado fue trasladado por las enfermeras.

A menos que por alguna razón de contexto o de propósito sea más conveniente usar la voz pasiva para darle mayor importancia al sujeto que recibe la acción, es mejor utilizar la voz activa, que siempre sugerirá más movimiento.

- **Sujeto causativo.** Es el sujeto que no ejecuta la acción de manera directa, sino más bien es quien la preside. Coloquialmente diríamos que es algo así como el mandón de las circunstancias.

Napoleón construyó el Arco del Triunfo.

Es evidente que Napoleón no construyó el Arco del Triunfo, sino que ordenó que lo engalanaran, pero al expresarnos así realizamos un suceso histórico y colocamos al sujeto causante de la acción en una línea de relación directa con esta. En el caso, nos interesa más la causa primera, la voluntad de Napoleón, que la causa secundaria (la causa eficiente, diría Aristóteles) que sería el arquitecto o la mano de obra aplicada en el monumento.

6.1.1.4 La oración simple

Las oraciones simples se caracterizan porque solo tienen un verbo. Hasta ahora hemos utilizado en nuestros ejemplos únicamente oraciones simples. Son oraciones concretas, que suelen ser muy directas. El lector siempre agradece que las empleemos, sin embargo, si las usamos en exceso nuestro texto podrá parecer muy rígido, esquemático, predecible. El lector se predispondrá a leer siempre oraciones que tengan sujeto y predicado. Así es que lo mejor, y además necesario, es combinar las oraciones simples con oraciones compuestas, que son las que tienen más de un

verbo. Antes, sin embargo, analizaremos el tipo de oraciones que existen según su tono y contenido.

Las oraciones pueden ser:

- **Enunciativas.** Expresan algo muy concreto y se centran en lo que se dice más que en el cómo se dice. Con ellas buscamos que nuestro receptor comprenda de forma objetiva lo que queremos comunicarle:

La próxima semana son las elecciones.
Tengo veintitrés años.
Nadie conoce a sus padres.
En la noche lloverá.

- **Exhortativas o imperativas.** Son oraciones que buscan una acción o una reacción por parte de quien las lee. El tono es muy importante en ellas ya que revela si la exhortación propone un acuerdo de forma cortés o es más bien una orden o una sugerencia, incluso una prohibición:

Anote sus datos con letra mayúscula.
Silencio en la sala.
Espere, nosotros lo llamaremos cuando sea su turno.
Conservé la calma.
Pregunte por nuestros servicios.

- **Exclamativas.** Plasman de modo muy directo un repentino estado de ánimo, como sorpresa, miedo, emoción. Se usan los signos de exclamación en ellas.

¡Por fin!
¡Saque un diez!
¡Aleluya!
¡Qué calor hace aquí!

- **Interrogativas.** Expresan interés, duda, incertidumbre, cuestionamiento; casi siempre se utilizan los signos de interrogación.

¿A qué hora vendrá Magdalena?
¿Cuántas veces tendré que repetirlo?
¿Será que no volveré a verte?

- **Desiderativas.** Expresan deseo, súplica o solicitud.

Ojalá mañana sea una mejor jornada.
Suerte en tu viaje.
Quisiera saber más de ti.
El día que me saque la lotería, podré hacer lo que siempre quise.

Desde luego, a lo largo de un texto utilizamos varios de estos tipos de oraciones, no solo uno, de lo contrario sería muy repetitivo, poco rítmico; recuerde que el lenguaje escrito está hecho para reproducirse, por lo que debe ser armónico: quien lo lee, tanto en voz alta como en silencio, lo interpreta y lo escucha a un ritmo deter-

minado. Esta musicalidad, dependiendo de si está bien lograda o no, puede causar rechazo, aceptación o beneplácito en el lector.

Si, por el contrario, el texto requiere de un tono uniforme, es conveniente no variar mucho al registro de oraciones que empleemos. Cuando cuentas con más libertad para redactar, ya sea por el contexto, la circunstancia o el tipo de documento, procura hilvanar distintos tipos de oraciones.

Para imaginar el efecto que puede causar la mezcla de oraciones de estructura diversa rememora un discurso o una conferencia que haya llamado tu atención. Probablemente el expositor utilizó oraciones interrogativas para captar el interés de la audiencia y para que se sintiera involucrada; en otro momento recurrió a oraciones exclamativas para elevar los ánimos y acelerar el ritmo del discurso; y quizás más adelante empleó oraciones desiderativas para buscar la empatía del público, porque los deseos, si son comunes a un grupo, se convierten en una parte medular de la situación, al ser compartidos por la mayoría de los presentes, a partir de las palabras y de su orden (de su redacción). Un buen discurso regularmente es un tejido fino y equilibrado de oraciones con diversas estructuras.

Si lo prefieres, puedes pensar en lo que se dicen dos personas que están a punto de tomar una decisión en conjunto. Cada uno expone sus dudas, sus anhelos, sus razonamientos y convicciones, es decir, emplea oraciones interrogativas, desiderativas, argumentativas y afirmativas.

Todo el tiempo, como seres comunicativos, creamos discursos, textos, que están compuestos por oraciones y estas por palabras; de ahí el encanto y la utilidad de comprender cómo hilvanar ideas a través de oraciones, párrafos. Nuestra redacción requiere tanto ser rigurosa como creativa, a fin de aumentar el alcance de nuestra expresividad escrita.

6.1.1.5 Oraciones compuestas

Las oraciones compuestas son aquellas que tienen más de un verbo. Las utilizamos con mayor frecuencia de lo que creeríamos, ya que nuestra forma de expresarnos suele recurrir al encadenamiento de ideas, lo que nos permite describir o hacer referencia a situaciones, acciones, emociones, ilusiones, etcétera. Las oraciones compuestas expanden el discurso, lo matizan, lo precisan, lo aclaran. Lo multiplican.

Hay tres tipos de oraciones compuestas: coordinadas, subordinadas y yuxtapuestas.

Oraciones coordinadas

En ellas las dos partes que conforman la oración tienen el mismo nivel de importancia. Cada **proposición**, así llamaremos a cada parte de las oraciones compuestas, es independiente.

Para que haya una oración coordinada es necesario que exista un nexo entre las dos proposiciones. El nexo es una palabra que une las proposiciones.

Ejemplos de nexos para oraciones coordinadas son: y, o, ni, e, pero, aunque, sin embargo, etc.

Dentro de las oraciones coordinadas existen cinco clasificaciones:

- **Copulativa.** Expresa unión, suma. Nexos: y, e, ni.

Los niños comen **y** los adultos miran.
Jonás ayudó a Ismael **e** introdujo la llave en el cajón.
Tera no sabe configurar la impresora **ni** entiende nada de tecnología.

- **Adversativa.** Indica contraste, oposición. NEXOS: pero, sino, sin embargo, ahora bien, no obstante.

Te dije que te quería aquí a las cinco, **pero** no me hiciste caso.
Mañana nos veremos por la noche, **no obstante**, la reunión será informal.
Por ahora atendamos lo más urgente, **sin embargo**, no descuidemos el gran proyecto del año próximo.

- **Disyuntiva.** Las proposiciones se excluyen entre ellas. NEXOS: o, u, o bien.

Me ayudas en esto **o** no volveremos a trabajar juntos.
Néstor debe ser más precavido al disputar el balón, **o bien** evitar ir al choque, si no quiere ser expulsado en el próximo partido.

- **Distributiva.** Expresa alternancia de las acciones. Distribuye las acciones entre los sujetos. NEXOS: bien, ya, otros, tan pronto, como, ora.

En estos días **ya** hace frío, **ya** hace calor.
Ora te dice esto, **ora** te dice lo otro.
Tan pronto me titule, me iré al extranjero.
Unos se fueron antes de las diez y **otros** se quedaron hasta las doce.

- **Explicativa.** Aclara una proposición anterior. NEXOS: es decir, esto es, o sea.

Tendremos que replantear nuestro método, **esto es**, revisarlo y rediseñarlo hasta que todos estemos convencidos.
No todo ritmo es música, **es decir**, no basta el ritmo para hacer buena música.

Oraciones subordinadas

Las oraciones subordinadas son las más complejas. Lo que aquí compartiremos es solo una base para que puedas identificarlas.

Como todas las oraciones compuestas, las subordinadas incluyen dos o más verbos. Tienen, por tanto, dos proposiciones, las cuales son dependientes entre sí. A una la llamaremos **proposición principal** y a la otra **proposición subordinada**.

Veamos la siguiente oración:

Marta acusará a quienes hicieron la broma.

Marta acusará es la proposición principal, y *a quienes hicieron la broma*, la proposición subordinada.

Estarás de acuerdo en que si leyeras cada una de estas proposiciones de forma aislada, no comprenderías a qué se refiere; sobre todo la segunda, la proposición subordinada, mientras que en la primera lo más que tendremos es una idea parcial de lo que se nos quiere comunicar. Bien, esto es la subordinación: la unión de dos proposiciones dependientes, una principal y otra subordinada, las cuales transmiten, juntas, una idea completa.

Ahora bien, en una oración puede haber más de una oración o frase subordinada. Por ejemplo:

Diego Maradona, quien condujo a la selección de Argentina a coronarse en el Mundial de 1986, por cierto celebrado en México, renunció a su cargo como director técnico del equipo Dorados de Sinaloa.

En este caso la oración principal está dividida. Si no estuvieran las dos frases subordinadas, la principal podría leerse así: Diego Maradona renunció a su cargo como director técnico del equipo Dorados de Sinaloa.

Las dos oraciones subordinadas están allí porque al autor del texto le interesa dar información adicional de quién es Diego Maradona: ... quien condujo a la selección de Argentina a coronarse en el Mundial de 1986, por cierto celebrado en México...

Un párrafo puede tener más de dos oraciones subordinadas, pero el redactor tiene que ser cuidadoso de evitar que, al colocar tres o cuatro oraciones subordinadas, se pierda o se complique la comprensión del párrafo.

Aquí un ejemplo:

Diego Maradona, quien condujo a la selección de Argentina a coronarse en el Mundial de 1986, por cierto celebrado en México, una Justa mundialista recordada por todos justamente por las genialidades de este futbolista, como los dos goles anotados a Inglaterra en cuartos de final, renunció a su cargo como director técnico del equipo Dorados de Sinaloa.

Como se puede advertir, no es recomendable usar muchas oraciones subordinadas porque el texto puede tornarse difícil de leer e incluso ser incomprendible.

Por ello recuerda que es importante privilegiar la claridad, y una forma de lograrlo es evitar demasiadas oraciones subordinadas. Es preferible usar oraciones simples, o bien compuestas, pero sin incurrir en exceso de frases subordinadas.

¿Cómo podría redactarse mejor el ejemplo anterior? Una opción, que te recomendamos siempre que te parezca que has puesto demasiadas frases subordinadas, es escribir dos párrafos claros en lugar de uno confuso.

La redacción sería la siguiente:

Diego Maradona, quien condujo a la selección de Argentina a coronarse en el Mundial de México 86, renunció a su cargo como director técnico del equipo Dorados de Sinaloa.

Su desampeño en el campeonato mexicano contrasta con su éxito en la justa mundialista, recordada por todos justamente por las genialidades de Maradona, como los dos goles anotados a Inglaterra en cuartos de final.

Esta es una de las claves más importantes de la redacción clara: a lo sumo dos oraciones subordinadas y solo cuando sea necesario.

Las oraciones subordinadas pueden ser sustantivas, adjetivas o adverbiales. Su estudio es complejo y rebasa la extensión y grado de detalle de este libro, por lo que si deseas o requieres saber más de estas oraciones te sugerimos consultar un libro de gramática.

Oraciones yuxtapuestas

El tercer tipo de oraciones compuestas son las yuxtapuestas, es decir, aquellas en las que se presentan dos proposiciones, ambas con sentido completo y vinculadas entre sí, para expresar un pensamiento que contiene una consideración y en seguida otra, casi siempre con una relación de causa efecto.

Normalmente, las proposiciones de una oración yuxtapuesta van separadas por una coma, punto y coma, y dos puntos. Ejemplo:

Nos avisaron que ya no había boletos para el teatro; terminamos tomándonos un café en la calzada.

Adrián avisó que llegaría tarde; estuvimos jugando dominó hasta que llegó.

Se detuvo en el umbral de la puerta y sin decir una palabra nos dijo lo que ya sabíamos; teníamos que recoger al tráiler.

Pues bien, hasta aquí nuestro recorrido por la oración, la unidad básica de la expresión del lenguaje. Desde luego, se trata de un recorrido sobre sus avenidas fundamentales, suficiente para que puedas mejorar tu redacción, así como tu lenguaje cuando hables de ella. Ahora puedes revisar de manera más puntual tus propios textos para depurarlos, o bien analizar los de otros autores.

Por ejemplo, puedes repasar algún texto que hayas escrito y revisar si usaste muchos adjetivos y, si lo consideras conveniente, eliminar algunos de ellos, quedándote con los indispensables para que tu texto sea más limpio.

También puedes revisar si en alguna oración o párrafo se ha perdido el sujeto y, en consecuencia, corregir la oración o el párrafo para que no haya confusión respecto de quién está ejecutando la acción.

Asimismo, puedes verificar el equilibrio entre tus oraciones simples y compuestas o identificar errores de concordancia, de repetición o de ambigüedad.

6.1.2 El párrafo

Para comenzar este apartado haremos un símil arquitectónico a fin de ilustrar la diferencia entre una oración, un párrafo, un capítulo y un libro:

En nuestro símil una oración es una habitación; un párrafo, una casa; un capítulo, una colonia; y un libro, una ciudad. Visualízalo. Cada espacio alberga objetos y particularidades que crean una atmósfera propia y que incidirán en la atmósfera de toda la ciudad, es decir, de todo el libro.

Hay libros que, de tan imponentes e importantes, bien podrían ser considerados países, lo que se da cuando cada sintagma ha "crecido" tanto en contenido como en extensión: los capítulos ahora son ciudades; los párrafos, colonias; y las oraciones, casas. Y cuando el libro es magistral, podríamos hablar de él como de un mundo, de los capítulos como países y de las oraciones como ciudades.

En este sentido, las bibliotecas serían sitios donde ordenaríamos universos. Estantes llenos de mundos, países y ciudades. ¿Te parece una bella estampa? A nosotros sí, por eso no resistimos la tentación de compartirla.

Ahora sí, vayamos al párrafo.

Los párrafos, dentro de un texto, son una unidad de pensamiento completa.

Una oración se compone de palabras y un párrafo de oraciones.

Desde luego, no se trata de oraciones sueltas sino vinculadas. Pueden ser dos, tres, cuatro o más, y unidas hacen avanzar la exposición, el argumento, la historia, la petición de que se trate.

Lee el siguiente párrafo:

Vine a Comala porque me dijeron que aquí vivía mi padre. Me lo dijo mi madre. Y yo le prometí que vendría a verlo en cuanto ella muriera. La apreté sus manos en señal de que lo haría, pues ella estaba por morirse y yo en plan de prometerlo todo. "No dejas de ir a visitarlo —me recomendó—. Se llama de este modo y de este otro. Estoy segura de que le dará gusto conocerte". Entonces no pude hacer otra cosa sino decirle que así lo haría. Y de tanto decírselo se lo seguí diciendo aun después que a mis manos les costó trabajo zalararse de sus manos muertas.

Ya lo habrás reconocido. Se trata del primer párrafo de la novela *Pedro Páramo*, de Juan Rulfo. Vuelve a leerlo, por favor. Disfruta cada una de las oraciones y aprecia cómo, ligadas, armónicas, hacen avanzar el relato de manera impecable, sin una palabra de más. Este es un párrafo célebre y no abundan, pero siempre será posible estructurar buenos párrafos con fines prácticos, comerciales, retóricos o literarios.

Ahora lee este segundo ejemplo:

Mi hombre es José Vázquez. Nos conocimos en el pasado Congreso de Vinculación Científica, en la sesión dedicada a las redes y su uso con fines de divulgación. Soy la persona que le habló del proyecto de Red de Amigos de la Ciencia. Usted me dio su tarjeta y me pidió que le escribiera un correo para hacerle llegar la presentación de la Red, lo que hago con gran gusto y, desde luego, con gratitud por su interés.

Este es un párrafo ordinario, pero la idea de pedirte que lo leas ahora es que lo hagas con plena conciencia de que estás leyendo un párrafo, con oraciones conectadas que van incorporando ideas e información hasta cuajar una unidad sintáctica completa.

Así como escribir una oración implica un cuidadoso trabajo de estructuración, tanto gramatical como de contenido, un párrafo exige mucho cuidado, además de que su extensión y desarrollo tienen la finalidad de causar un impacto más completo en el lector. Quien lee un párrafo recibe un cúmulo de información articulada. ¿Estará satisfecho con ella, confundido, alarmado, indiferente? En este sentir de nuestro lector, la claridad y la lógica del texto juegan un papel determinante.

Cuando se redacta un párrafo siempre será recomendable tener claro para qué lo escribimos, qué idea queremos plasmar en él y qué aporte a la totalidad de nuestro texto. Las respuestas a estos tres cuestionamientos se obtienen gracias al trabajo previo al de la redacción: la planeación.

Fijar el objetivo del texto nos permitirá clarificar otras definiciones importantes: el tipo de oraciones y de párrafos que utilizaremos, su estilo y extensión. También nos ayudará a bosquejar las primeras y últimas oraciones, las que suelen causar mayor repercusión. Esto lo saben bien los novelistas y los cuentistas, quienes se esmeran por conseguir inicios atractivos, sugerentes, y finales culminantes, aquellos que re-

matan y consagran una ardua labor artística. Así como ellos, con independencia del tipo o finalidad de tu redacción, ten siempre en cuenta tu oración inicial y la última de cada párrafo.

Si bien lo mejor es tener claras nuestras ideas antes de escribir, esto es solo una recomendación. Algunos autores escriben sus obras sin tener claro el rumbo de sus narraciones. Y es probable que consigan buenos resultados porque escribir, en ocasiones, también es descubrir. Las palabras, cuando indagamos en y con ellas, se abren camino hacia conocimientos, preceptos y recuerdos que almacenamos y que se nos revelan, en ocasiones, únicamente cuando redactamos. La escritura recuerda lo que sabemos y lo que somos. Así que tampoco descartes la opción de escribir sin tenerlo todo claro; es probable que en el transcurso "brote" una idea o un concepto en el que antes no habías reparado y con el que te dará gusto encontrarte.

La palabra escrita cuenta con muchos caminos para ser expresada y entendida. No realices una planeación excesiva ni te pongas a redactar sin haber reflexionado unos minutos antes. Encuentra tu propio método y desamóllalo, ajustalo, mejoralo, conforme a los resultados que te ofrezca. La mejor forma de evaluar estos resultados es dando a leer tu texto a uno o a varios lectores: si te sientes cómodo escribiendo sin trazar antes la ruta, pero nadie comprende tus escritos, seguramente valdría la pena que dediques unos minutos a la planeación. Y si planeas mucho, pero el texto transmite muy poco por carecer de naturalidad, es probable que te venga bien alejarte de lo planeado, y pienses en cómo le compartirías a un amigo aquello que quieras escribir.

El método o el proceso que elijas para escribir será tu gran aliado para desarrollar y fijar el orden de tus ideas, es decir, de tus párrafos.

Por ejemplo, recibes una propuesta para participar en un proyecto y quieras contestar que por el momento es imposible que lo aceptes porque estás concentrado en un contrato de servicios profesionales que acabas de firmar. Y con esas ideas centrales defines el contenido de los párrafos:

Párrafo 1. Acuse de recibo de la propuesta y agradecimiento.

He recibido su amable invitación para participar en el diseño de la plataforma digital de la empresa Información Integral S.A., lo que me parece muy interesante, por lo que le expreso mi agradecimiento por considerarme.

Párrafo 2. Dicir no.

Por el momento, sin embargo, estoy concentrado en un contrato de prestación de servicios profesionales que acabo de firmar y que requiere toda mi atención, por lo que debo declinar, atenta y cordialmente, esta invitación.

Párrafo 3. Dejar la puerta abierta.

Mucha agradeció que me considero en futuras oportunidades, en espera de estar en condiciones, como es mi deseo, de sumarme a su grupo de profesionales para contribuir al desarrollo de proyectos con la mayor calidad.

Otra respuesta, menos formal, podría ser:

Muchas gracias por tu invitación a participar en el desarrollo de la plataforma digital de la empresa que mencionas.

Tu invitación coincide, sin embargo, con un contrato de servicios profesionales que acabo de firmar y en el que, por su complejidad técnica y el desafío que implica, quiero concentrarme de tiempo completo.

Ojalá me consideres para futuras oportunidades. Me dará mucho gusto sumarme a tu grupo de profesionales en la siguiente ocasión que se presente. Muchas gracias.

6.1.2.1 Estructura profunda y estructura superficial

Los párrafos tienen una doble estructura, una profunda y otra superficial. Mediante la estructura **profunda** transmitimos lo que decímos en el párrafo, es decir, el contenido. Aquí se trata de las ideas, las emociones, los datos, el argumento que queremos comunicar. Normalmente un párrafo tiene una idea principal, sustentada o apoyada por ideas secundarias.

Cuando hacemos un resumen, solemos buscar las ideas principales que hay en el texto. A veces es fácil hacerlo y en otras ocasiones se complica porque no siempre la o las ideas principales son evidentes. Pero allí están, sin duda.

Veamos el siguiente párrafo, tomado del reconocido libro de Gonzalo Martín Vivaldi titulado *Curso de redacción*:

En España, y muy especialmente en Castilla, son muchas las personas —incluso escritores de fama— que emplean mal los pronombres personales átonos *le*, *les* y *los*. Y ello porque, en vez de atender al caso gramatical, se atienda a la terminación en “*o*” o en “*a*”, del género masculino o femenino. Así, se dice *LA* *al* *empujón*, cuando se hace referencia a una mujer; y *LO* *al* *empujón*, si se refiere a un hombre.

En este caso, la oración principal es la primera, en la que se afirma que en España muchas personas emplean mal los pronombres personales átonos. Después vienen dos oraciones secundarias, pero no por ello irrelevantes. Por el contrario, su inclusión en el párrafo está totalmente justificada porque explican a qué se refiere y en qué se fundamenta el autor para hacer la primera afirmación.

La estructura **superficial** es la de la forma, la que atiende los aspectos técnicos, como la puntuación y el orden gramatical del párrafo.

Las dos estructuras, bien logradas, hacen que haya mejor unidad entre lo que queremos decir, lo que escribimos y lo que realmente estamos diciendo con nuestro texto. En relación con estos tres ejes, existen dos propiedades textuales que son, quizás, las más importantes de todas: la **coherencia** y la **cohesión**.

Por coherencia entendemos la unidad de sentido en el texto. Es decir, que el texto sea lógico, no solo en su sentido interno sino también contextual: jamás se nos ocurriría decirle a una persona a la que le acababan de diagnosticar una enfermedad: “suerte para la próxima”. ¡Además de terrible, sería incoherente! Quizá nos parecería coherente solo en el contexto de una película cómica.

Para alcanzar coherencia narrativa procura no contradecirte y que tu texto muestre progresión temática. La coherencia también se relaciona con la novedad de las ideas que presentes y con el perfil de los destinatarios de la información: tendrían que reunirse diversas condiciones para que fuera pertinente dirigirnos a un poblado de pescadores de China exaltando los valores cívicos de Benito Juárez, por ejemplo.

Puntualicemos. Para que un texto tenga coherencia es necesario que:

- Progrese temáticamente.
- Exista vinculación entre las oraciones.

- Alienta al contexto del cuándo y para quiénes se escribe.
- No se contradiga.
- Exista armonía entre las ideas, el enfoque y la forma.

También es recomendable valerse de la repetición de ciertas ideas o palabras clave para crear una determinada unidad, pero sin abusar, ya que la repetición, cuando no es necesaria o útil, es un defecto, y suele interpretarse como una deficiencia propia de quienes no tienen conocimientos, ideas o técnicas de exposición o argumentación. No porque repitamos muchas veces una premisa, esta se vuelve más o menos verdadera. Repite solo para subrayar, no para "fortalecer" tu argumento. ¿Qué te parece el siguiente párrafo?

En la casa de Esteban viven mis tíos. Su abuela era una señora insoponable. Por suerte yo nunca la he tratado. Ninguno de ellos es de Chile. Ojalá pudiera pasar más tiempo con Esteban.

¿Cómo harías de este texto un texto coherente? Intentalo. Puedes agregar las palabras que creas necesarias y hacer los cambios que quieras para lograr coherencia dentro de este texto (y esta familia) tan desastroso.

La cohesión, por su parte, hace que cada elemento sintáctico guarde una relación estrecha con su antecesor y con su predecesor, lo que asegura que el texto sea fácil de comprender. Esta correcta unión de los sintagmas permite que cada oración sea interpretada en relación con las demás y crea un sentido lógico que facilita su entendimiento.

Aprecia la cohesión en el siguiente texto del libro *Itinerario*, de Octavio Paz, Premio Nobel de Literatura:

Las sociedades democráticas han salido fortalecidas de la guerra fría, que duró medio siglo. Pero esa victoria las obliga a mirarse frente a frente. Ante todo: debe aceptarse que la democracia no es en absoluto un proyecto sobre el futuro, es un método de convivencia civilizada. No se propone cambios ni lleva a ninguna parte; pide que cada uno sea capaz de convivir con su vecino, que la minoría acepte la voluntad de la mayoría, que la mayoría respete a la minoría y que todos preserven y defiendan los derechos de los individuos.

Por favor, lee de nueva cuenta el párrafo para que aprecies mejor su cohesión. Observa cómo avanza el razonamiento, cómo con cada oración se va fortaleciendo la exposición.

La falta de cohesión y coherencia hacen que el autor sea percibido como desatento y poco comprometido con lo que escribe; en contraste, si siempre te esfuerzas por lograrlas, ellas se encargarán de dar consistencia y credibilidad a tu trabajo.

6.1.2.2 Tipos de párrafo según su contenido y forma

Según su contenido, hay párrafos:

- **Narrativos.** También se les conoce como cronológicos. En ellos se cuenta una sucesión de acontecimientos de forma ordenada y clara. Se emplean por lo regular en notas periodísticas, cuentos, crónicas y textos similares. Por su carácter cronológico encontramos en ellos expresiones que enlazan los sucesos, como por ejemplo: después, luego, pasado un mes, a continuación, finalmente. Es bueno aclarar que en este tipo de párrafos también pueden hacerse intersecciones hacia el pasado, hacia acontecimientos previos, para complementar la narrativa.

- **Argumentativos.** El fin de estos párrafos es el de persuadir. Quien lo redacta propone una opinión con el objetivo de refutar otra o de reformular el pensamiento sobre algún tema. Es necesario exponer de manera muy clara las ideas, de lo contrario el lector desacreditará nuestra proposición al no comprenderla y al sentirse desvinculado de ella. La argumentación es un ejercicio intelectual en el que debemos actuar con cuidado y estrategia: la presentación y correcta exposición de un argumento implica conocer bien el tema, nuestras ideas al respecto y las ideas contrarias para tener más probabilidades de convencer o de generar la empatía del lector.
- **Expositivos.** Su función es exponer y aportar información que sustente la promesa principal del texto. En estos párrafos podemos presentar datos, citas, comentarios, conceptos, que en principio nuestro lector desconoce o no tiene presentes. Redactar es facilitar, comunicar a quien no sabe, a quien quiere saber o a quien es necesario transmitirle una información.
- **Relativos.** Aunque desde luego todos los textos son susceptibles de interpretación, en este caso esa es justamente la finalidad: expresar pensamientos con una fuerte carga de subjetividad. No ocurrencias sin sustento, sino interpretaciones de datos, de hechos, o bien de opiniones de otros.
- **Comparativos o de contraste.** Por medio de una comparación podemos ser muy contundentes al informar o argumentar. Las comparaciones son útiles siempre que los dos elementos que contrastemos tengan sentido y guarden relación entre sí. También procura que los elementos a comparar sean un punto de referencia común para los receptores. En ellos es normal encontrar expresiones como: a diferencia de, con respecto a, en contraste.
- **Enumerativos.** Se relacionan situaciones, datos, fechas, etcétera, que, en función del orden en el que las presentemos, causarán una u otra impresión en el lector.

En un buen texto, difícilmente nos encontraremos con un solo tipo de párrafos según su contenido. El ejercicio y la capacidad de entrelazarlos dota a los textos de agilidad, pertinencia, secuencia, avance e interés.

Para emplear los tipos de párrafo piensa en el tema y el tratamiento que quieras darle a tu texto. Si se va a realizar un texto científico, es natural que se empleen párrafos expositivos, de enumeración, pero, ¿qué pasaría si se incluyera uno narrativo, uno que por tratarse de una cuestión didáctica contribuyera a facilitar el acceso a cierto conocimiento complejo? Quizás el lector, gracias a esa narración intermedia, pueda comprender mejor la información que se le brindó con antelación en párrafos expositivos o argumentativos. Tal vez sea pertinente o no. La decisión en cada caso será tuya.

Puede afirmarse, sin embargo, que intercalar distintos tipos de párrafos ofrecerá una lectura más enriquecedora y dinámica.

En cuanto a la **forma** de los párrafos, no nos referimos a la manera en que se exponen las ideas, sino realmente a la forma: cómo se ven los párrafos. Es una cuestión visual. Para ello se recurre a un espacio en blanco que indica con claridad la separación entre párrafos. Por ello observas una página y casi de golpe sabes si tiene dos, tres o cinco párrafos. Lo más recomendable para separar un párrafo de otro es la sangría. Este es el espacio, la separación, que puedes indicar en tu computadora en el primer renglón del párrafo respecto de la caja del texto. La sangría es el estilo que más comúnmente se utiliza para separar los párrafos.



@mcarbérthmde/Alamy Stock

Otro modo de destacar la separación entre un párrafo y otro es mediante el uso de bloques, en cuyo caso se deja intencionalmente un espacio en blanco entre dos párrafos, por ejemplo:

En mi casa nunca hay leche; por eso quiero comprar una vaca. Es una medida absurda, pero es con la única que creo podrá solucionar mi problema a largo plazo.

Fui al mercado a comprarla, pero ninguno de los marchantes me pudo vender una. El dueño de un puesto de verduras me ofreció llevarme a su pueblo y me sugirió que ahí podría preguntar y quizás encontrar a alguien dispuesto a venderme una vaca.

Accedi,

Lo que no debe hacerse es utilizar la sangría y el bloque en un mismo texto. Es algo que sería redundante, tanto como quien, en un accidente verbal, dice: voy a salir afuera. Evitemos este tipo de accidentes, más aún porque la escritura es un ejercicio, en teoría, muy razonado por el autor, de modo que los accidentes suelen ser percibidos como serios descuidos o graves desatenciones.

Sobre la forma habrá que decir algo básico e importante: los párrafos inician con mayúscula y terminan con punto. En la revisión que hagas de tus textos asegurate de que siempre sea así. Nunca dejes un párrafo sin su punto final y un inicio de una oración sin su correspondiente mayuscula.

Otra decisión relacionada con la forma es la extensión de los párrafos.

Los hay tan extensos como se quiera; un buen ejemplo sería la novela *El otoño del Patriarca*, de Gabriel García Márquez. Imaginate: empiezas a leerla... y resulta que el primer párrafo se acaba en la página 46! Bueno, al final te das cuenta de que la novela tiene solo seis párrafos en más de 200 páginas. Claro que esto, para llevarse a cabo, requiere de una gran maestría literaria (y muchas ganas de hacer algo diferente). Al mencionar aquí este caso lo que queremos es dejar asentado que es algo que se puede hacer. Pero puntualizamos que lo más ortodoxo, sobre todo tratándose de textos ajenos a la innovación literaria, es usar párrafos de unos cuantos renglones y, en todo caso, de ir combinando párrafos de diversas extensiones, sin que ello implique obligatoriedad alguna.

En contraste, también hay párrafos de una sola palabra.

Si,

Estos por lo regular buscan ser contundentes. Mientras más breve es un párrafo, más tiene que estar sustentado y respaldado por los párrafos anteriores, en los que ya se desarrolló la idea central del texto y gracias a los cuales el autor se puede permitir rematar una larga reflexión con pocas palabras. Y, cuando se consigue, es poderoso y visualmente muy atractivo.

Los párrafos de una sola oración o una sola palabra suelen ser estocadas maestras.

Ámate a utilizarlos.

Si quieras elaborar párrafos breves, ten presente que es recomendable que estén antecedidos por párrafos bien desarrollados y ricos en contenido.

Recuerda la importancia del equilibrio en tus escritos. No abuses de párrafos breves, a menos que hayas conseguido ya un gran dominio sobre la redacción, la gramática y la armonía. Por ahora pon tu atención en comunicar con claridad y sobre esa base toma las decisiones que te parezcan pertinentes para lograr una redacción dinámica y clara.

Asegúrate de revisar bien la gramática. De manera sistemática pregunta: ¿Es evidente de qué estoy hablando? ¿Está claro el sujeto que ejecuta la acción? ¿Existe concordancia entre el sujeto y la conjugación del verbo? Mientras más alargamos un párrafo es más fácil extraviamos de la idea principal, lo que incide negativamente en la claridad del texto y en la comprensión del lector. También toma en cuenta que los párrafos demasiado extensos pueden cansar la vista; es como viajar en carretera y ver por la ventana un paisaje repetido al infinito: adormece. La alternancia entre párrafos extensos y párrafos breves facilita y alienta la participación e interés del lector.

No hay una medida estándar para hacer párrafos; lo importante es que estén alineados con la lógica de tu exposición y de la idea que quieras comunicar.

6.1.2.3 La textualidad

La textualidad es un conjunto de cualidades que nos ayudan a definir qué es y qué no es un texto.

Pensemos rápidamente en el tipo de oraciones que redactaríamos para una invitación de boda, para un ensayo sobre botánica, y para una renuncia de un empleo. El contenido de cada uno de estos textos, tan distintos entre sí, definirá su textualidad. Esta se basa en siete aspectos, de los cuales ya tratamos anteriormente los dos primeros.

- **Coherencia.** Recuerda que en la coherencia se advierte la unidad progresiva del texto. No te contradigas ni repitas sin necesidad y ten en cuenta el contexto en el que serás leído.
- **Cohesión.** Se basa en la continuidad de tus oraciones, en cómo están conectadas tanto por el orden de su presentación como por las expresiones gramaticales que las vinculan: Por otra parte, asimismo, además, en contraste...
- **Intencionalidad.** Se refiere al propósito del emisor o al objetivo que persigue el texto: informar, explicar, argumentar, persuadir, solicitar.
- **Aceptabilidad.** Es el grado de entendimiento y tolerancia que un receptor tiene de nuestro texto para interpretarlo y darle sentido. La aceptabilidad se logra mediante la presentación formal y la ortografía, así como por la armonía y calidad del

contenido. Si el lector encontrara muchos errores, tanto técnicos como conceptuales, su nivel de aceptabilidad sería muy bajo.

- **Situacionalidad.** Es el contexto en el que está escrito el texto y en el que es recibido, la que dotará a las palabras de un sentido u otro. Para textos de opinión, es muy importante comprender la situación del momento o del acontecimiento en cuestión.
- **Intertextualidad.** Se da cuando dentro de un texto introducimos otro, previamente publicado o dicho por otra persona, para aportar más información o reforzar una idea o una postura. La intertextualidad puede ser directa, por medio de una cita presente en el cuerpo del texto, o bien indirecta, cuando no reproducimos la cita, más bien la resumimos, la parafaseamos o aludimos a ella, siempre con el crédito correspondiente.
- **Informatividad.** Alude a la información que proporciona el texto. La novedad de la información determinará, en gran medida, su nivel de relevancia.

Probablemente ya tienes idea de estos siete aspectos de la textualidad, pero quizás no los conocías por su nombre. Ahora que los conoces, podrás ser más consciente de ellos y procurarlos con mayor conocimiento y acierto.

■ 6.2 Integración de oraciones en párrafos

Ahora, ¿cómo integramos las oraciones, que ya son una unidad, dentro de otra, es decir, los párrafos?

No nos compliquemos con la respuesta porque en realidad siempre lo hemos hecho: escribimos oraciones y párrafos desde que somos niños. Es un conocimiento que hemos adquirido de forma práctica e intuitiva. Ahora solo expandiremos algunas premisas que pueden servir de utilidad al redactar.

Te sugerimos tener presente las siguientes cuatro pautas a la hora de integrar oraciones en los párrafos: el criterio, la revisión, la gramática y la continuidad.

6.2.1 Criterio

El criterio es el juicio o discernimiento que aplicas para analizar lo que sucede, para planear lo que haces, para decidir tus enfoques cualitativos.

También podríamos llamarlo intuición. Sé intuitivo. Estructura y enlaza tus oraciones de forma intuitiva y ordenada: procura que tu discurso sea tan ordenado como claro y tan claro como natural. Si atiendes a esta lógica, seguramente comunicarás con un gran nivel de eficiencia.

Al enlazar oraciones creamos un mensaje único. Puede que alguien más exponga los mismos datos que tú en otro texto, pero el tono que tú elijas ya determina una postura distinta. Incluso si dos autores tienen criterios similares no llegarán a escribir nunca el mismo texto. Cada escrito es único. Es imposible que dos personas piensen igual y, por lo tanto, que se expresen de la misma manera. He ahí una gran riqueza y una enorme posibilidad comunicativa.

Las oraciones son los grandes eslabones de todo discurso humano. Así que, al escribir, sé crítico con ellas y asegúrate de que se enfocan en aquello que quieras comunicar, sin decir más ni menos de lo que pretendes.

Oración tras oración construimos un discurso, sus directrices, su razón de ser. Es tu criterio, tu intuición, lo que determina esa construcción.

Tu criterio se irá afinando y fortaleciendo en la medida en que esribas más textos y leas más. Te volverá más ordenado, más capaz de decidir por dónde comenzarás, cómo fundamentarás lo que dices y cómo concluirás para cerrar tu exposición escrita.

6.2.2 Revisión

A Ernest Hemingway, escritor estadounidense y Premio Nobel de Literatura, se le adjudica la siguiente premisa: "Se escribe más con la punta de la goma que con la punta del lápiz". Es tremendo, es genial. ¡Y pensar que hay quien nunca utiliza la goma para revisar, para corregir, para mejorar! Podríamos recrearnos en la frase de Hemingway y decir que redactar se hace con la punta de carbón, en tanto que escribir se hace con la de goma.

Cuando un amigo de la poeta Mercedes Alvarado le comentó que ya había terminado de escribir una novela, Alvarado le respondió: "Bien, ya llevas la mitad del trabajo".

Estas frases ilustran muy bien lo que ahora queremos reiterar: la revisión de un texto no es parte secundaria del trabajo, es la mitad. Y puede que más.

La revisión te hará percatarte de errores que no advertiste en su momento y atender lo que dejaste para resolver después. Bueno, pues ve por ellos, no pospongas más su corrección, porque no corregirlos sería equivocarte otra vez.

Para llevar a cabo una revisión lo más completa posible, procura:

- Leer el texto en varias ocasiones y, conforme lo hagas, corregir aquello que, de un solo vistazo, ya descubriste.
- Marcar (subrayar, destacar con negritas, etc.) las palabras u oraciones que te generen dudas y que por el momento no tengas claro cómo cambiar o mejorar. Señalarlas ayuda para que no las extravies y para recordarte que el texto aún no está terminado.
- Leer el texto en voz alta. Cuando lo hacemos, descubrimos errores que de otra forma no percibimos, como repeticiones (uso excesivo o muy cercano de la misma palabra varias veces), consonancias (canción, oración, fricción) o cacofonías (lo que suena feo, como decir "Romeo, lleno de remordimiento, mordía sus errores"). Leer en voz alta es similar a utilizar un escáner, un detector: identificamos términos mal empleados, pausas innecesarias, palabras que no guardan lógica en la oración y somos capaces, más que leyendo en silencio, de percibir el tono del escrito.
- Comparte el texto: Solicita a un compañero o amigo que lea tus trabajos y, cuando termine, pregúntale qué le ha parecido, qué ha entendido. Su comentario, por más parco o complejo que sea, siempre te dará una idea de lo que comunica o transmite tu mensaje.
- Reposa el texto. Si tienes oportunidad, ya que en ocasiones se tiene que redactar en lapsos muy cortos, escribe, corrige, y alejate de lo escrito y vuélvalo a leer pasadas unas horas, unos días o unas semanas, según el tiempo con el que cuentes. El distanciamiento, así como la lectura en voz alta, son altamente efectivos para encontrar nuestros errores en la redacción.



©Santillana/Alamy/Adobes Stock

6.2.3 Continuidad

Asegúrate de que las oraciones tengan continuidad entre ellas, que siempre exista un vínculo que las une, bien puede ser de tiempo, de lugar, de situación, o de tema. Por ejemplo, ¿qué te parece el siguiente párrafo?

En Valencia se habla valenciano. En ella se encuentra la Ciudad de las Artes y las Ciencias, que es uno de los conjuntos arquitectónicos más importantes de España, es moderna. El valenciano se asemeja al español y al catalán. El Oceanográfic es el acuario más grande de Europa.

Este párrafo nos da la impresión de desorden. Esta falta de continuidad no permite saber ni siquiera cuál es el tema. Así que para poder realizar una correcta integración de oraciones dentro del párrafo, tenemos que elegir cuál será el tema, por ejemplo: el valenciano como lengua o la Ciudad de las Artes y las Ciencias. Una vez decidido, tendriámos que reestructurar el párrafo:

El Oceanográfic, ubicado en Valencia, es el acuario más grande de Europa. Se encuentra en la Ciudad de las Artes y Ciencias, uno de los conjuntos arquitectónicos más impresionantes de la España moderna.

Como verás, las oraciones de este nuevo párrafo están mejor integradas porque hay un único tema que las rige. El tema y su correcta exposición es lo que brinda la continuidad.

6.2.4 Gramática

Gracias a sus reglas, la gramática será tu mejor aliada para obtener una buena integración de las oraciones. Por más que cuentes potencialmente con una gran capacidad literaria, debes respetar las reglas. La gramática te dará unidad, orden, estilo.

Si un texto tiene buena gramática tendrá un buen puente con su lector; tu trabajo como autor es fortalecer ese puente, embellecerlo, tanto en su sentido emocional como intelectual.

A estas cuatro recomendaciones sumamos otra fundamental: disfruta, simplifica. Concéntrate en cada oración. Si la redactas de forma sencilla, sin por eso sacrificar la intención ni ser simplista, será más fácil dar el salto para escribir la oración que le sigue y así hasta obtener un párrafo completo y limpio.

Paso a paso y oración por oración llegarás con mayor sencillez a la meta por la que trabajas: comunicar.

■ 6.3 Unidad e integración de párrafo

Como ya sabemos, las oraciones construyen un discurso. Los párrafos crean el efecto del discurso porque al ser unidades completas y vinculadas dan cohesión y coherencia a los contenidos.

Pensemos, por ejemplo, en una situación romántica, en la que un enamorado (emisor) redacta una carta (mensaje) a su amada (receptora); puede iniciar con un párrafo de una sola oración:

Te amo.

En el siguiente párrafo, el emisor escribe las razones de por qué ama a esa persona, y con estos dos párrafos consigue un determinado efecto. El tercer párrafo puede versar sobre el porqué su amor es único y auténtico, con lo que el efecto se incrementaría. Y si, para terminar, en un cuarto párrafo el emisor dijera que el amor todo lo puede y no exige nada a cambio, el discurso, en el que hay un tema único abordado de manera diferente en cada párrafo, conseguiría un efecto más amplio.

Construimos discursos para generar efectos.

Si el ejemplo anterior te parece un cliché de la relación discursiva entre dos personas, sustituymos la oración inicial por su contraria: Te odio. Pensemos en los párrafos siguientes bajo esta sustitución, ¿no tenemos de nueva cuenta la creación de un efecto?

Leemos para ser afectados. Escribimos para afectar a nuestros lectores. No nos escandalicemos con el término: con decir afectar atudimos al significado de afectar, que es producir una impresión en alguien, más allá de si esta es positiva o negativa.

Pero hay que tener cuidado, crear efectos no significa ser efectista. ¿Y qué es ser efectista? Es ser exagerado, falso. El efectista es aquel que, con tal de causar una impresión en el receptor, sacrifica el contenido, tal vez la verdad, por la forma. Un texto efectista es, por lo regular, un texto sin ideas.

Recurre al efectismo un jugador de fútbol que, apenas siente un contacto, se deja caer mientras gesticula como si padeciera un dolor de muerte. Es, digámoslo directamente, ridículo. El efectismo se nota, así que no busques convencer a tu lector realizando grandes gesticulaciones literarias para llamar su atención y tratar

de convencerlo. A los lectores hay que invitarlos, procurarlos, seducirlos, para que quieran ir hasta el final del texto; no hay nada más atractivo que un lector que se vuelve sobre un libro con el deseo, el interés, la ilusión, de llegar a la última página, porque ha sido afectado por la emoción, el conflicto o los laberintos de la historia.

El efecto, no el efectismo, se consigue gracias a la armonía de un texto. ¿Y cómo conseguir un texto armónico? Entrelazando, con cuidado, la forma y el contenido.

A lo largo de este capítulo hemos visto herramientas que te ayudarán a lograr armonía textual: la coherencia, el orden, la claridad, la gramática, la planeación, la libertad, el rigor. Todo ello constituye el sustento de una estructura armónica. Por el gran cuidado que ponemos en nuestro trabajo, escribir es un acto trascendente, relevante. La escritura armoniza aquello que nos constituye como seres humanos: el razonamiento y la emoción.

6.3.1 Pautas para la integración de párrafos en textos

Ahora, así como propusimos unas pautas para la integración de oraciones en párrafos, sugeriremos otras para la integración de los párrafos con el fin de lograr un texto completo.

6.3.1.1 Unidad

En redacción, la unidad es aquello que vincula lo general con lo particular y lo particular con lo general para desarrollar un texto que transmite una postura, una argumentación, una idea que queremos compartir con una finalidad concreta ya sea en una carta, un ensayo o incluso un libro.

Por ejemplo, si queremos escribir sobre la figura de Adolfo Hitler (lo general) estaremos frente a una gran diversidad de posibles enfoques (es decir, las particularidades). ¿Se quiere hablar sobre su vida política, su infancia, su capacidad militar o sus crímenes de lesa humanidad? La forma en que un autor vincula las particularidades con el tema general, crea una unidad textual, siempre que el vínculo se fortalezca párrafo tras párrafo.

6.3.1.2 Continuidad

Ya sabes, lo dijimos para las oraciones, ahora lo decimos para los párrafos. El lector debe sentir que párrafo a párrafo avanza por un camino coherente e interesante.

Los párrafos deben mantener y ofrecer continuidad mediante su vinculación. A veces la dinámica de los párrafos va haciendo que estos se sucedan de manera lógica y atractiva. Cuando no ocurre así, recuerda que tienes un cúmulo de expresiones de enlace, por ejemplo:

- De esta forma
- En términos generales
- Por lo anterior
- No obstante
- En este sentido
- A partir de estas premisas

Asimismo
 En este contexto
 Otra consideración relevante
 Cabe destacar
 En contraste
 En primer lugar (siempre que al menos haya un segundo)
 En cuanto a
 En México
 De esta forma
 Otra manera de analizarlo
 Con ello
 Ahora bien

Hay muchos de estos enlaces a tu disposición. Nada más no abuses de este recurso. Recuerda siempre que debe prevalecer el equilibrio, la variedad, el ritmo e incluso la sorpresa.

6.3.1.3 Respeto al tema

El tema siempre será eje de nuestro texto, el terreno sobre el que edificaremos nuestro discurso. Si lo perdemos de vista, seguramente lo extraviará el lector. Enfócate en el tema siempre: en la introducción, el desarrollo y la conclusión.

Claro que se pueden realizar digresiones, ampliar el panorama citando autores, hechos, antecedentes, pero todo deberá converger en el tema. Grave es que el lector se pregunte en algún momento de su lectura: ¿y cuál era el tema principal? Este cuestionamiento es un claro indicador de que nuestra escritura no está comunicando sino confundiendo. La confusión no crea vínculos sino distanciamientos.

Los párrafos, por lo tanto, deben respetar el tema e irlo desarrollando. Si el tema no está presente de forma explícita, los subtemas tienen que estar muy bien ligados para que no haya extravío. Hay que preguntarse (y responderse) por qué este subtema es importante, por qué amerita que lo expongamos en un párrafo o una serie de párrafos.

El respeto al tema garantizará la necesaria unidad entre párrafos a lo largo de un texto.

6.3.1.4 Lógica

Lo expresamos aquí más bien como un sentido crítico e intuitivo, una habilidad que se va puliendo y madurando conforme más escribimos. Y también conforme más leemos. De acuerdo con la rama de conocimiento o trabajo para el que necesites redactar, ve cómo lo hacen autores reconocidos. Fíjate en cómo plantean los cuestionamientos, cómo los desarrollan y cómo los concluyen. A estas alturas, cuando los leas, ya tendrás herramientas para identificar si estos autores emplean párrafos narrativos, argumentativos, enumerativos, etc. Al estudiarlos, tu sentido crítico se fortalecerá y, sin que percibas muy bien cómo, comenzarás a utilizar sus herramientas hasta apropiarte de ellas para luego generar un estilo propio.

Como decía Octavio Paz: "La originalidad es hija de la imitación". Así que no temas reproducir estilos de otros autores (siempre y cuando no sean plagios, claro).

está). Entiende la lógica estética y funcional de esos textos para que así, cuando escribas, enlaces y construyas con mayor solidez.

Para mejorar tu sentido crítico, te recomendamos que prestes atención a las pautas que te dé tu maestro cuando planees la escritura de un texto. Su experiencia te aportará conocimiento y diversos enfoques y referencias que te serán de mucha ayuda en el momento de investigar o de corregir. Por ello, por ejemplo, existe la figura de los sinodales para los tesis. Cuando se escribe una tesis los sinodales son clave para que enfoques tus esfuerzos a objetivos claros y realistas. Ellos aportan sus conocimientos para que logres estructurar un libro con una unidad sólida y concluyente.

6.3.1.5 Naturalidad progresiva

Cuando conversamos, normalmente nuestra plática presenta una línea narrativa muy clara. Con el fin de intercambiar impresiones, vivencias, emociones, desarrollamos una estructura verbal fluida e incluso entretenida.

Lo hacemos básicamente por dos razones: porque tenemos algo que decir, y porque queremos ser escuchados. Y nuestro amigo, pareja o familiar comprende lo que le compartimos porque tiene antecedentes de lo que contamos, pero, sobre todo, porque hablamos de forma natural y progresiva, lo que hace que el discurso avance. Si lo comparamos con el mundo audiovisual, diríamos que una película puede aburrirnos porque sentimos que "no pasa nada". Ocurre lo contrario, es decir, se despierta y se mantiene nuestro interés, con un filme en el que la acción fluye y la historia avanza con una buena lógica narrativa.

Lo mismo sucede con un texto. Por eso no hay que ser reiterativos, no repitamos información innecesariamente, sea más claro y dosifiquemos aquello que tenemos que decir; no lo digamos todo en un solo párrafo y tampoco nos demoremos en decir lo que queremos decir.

No repitas, dosifica, avanza, y tendrás un texto progresivo.

Un texto puede ser sincero, honesto, pero, a diferencia de una conversación, no es espontáneo, porque es producto de una reflexión y de un trabajo, lo que no es impedimento para que las ideas se expongan con naturalidad. Lograrlo te dará mayores posibilidades de ganar la atención de tu lector.

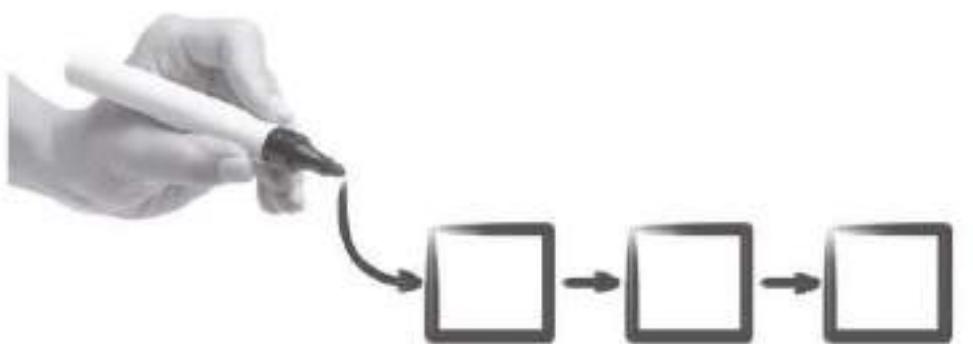
6.3.2 La estructura básica

Ahora, un oportuno repaso: para la integración de tus párrafos recuerda estructurar las tres partes fundamentales del texto, que ya hemos explicado en el capítulo 5 y que ahora repasamos en síntesis: presentación, desarrollo y conclusión.

La **presentación** situará al lector en un contexto determinado. No demores en planteárselo para que tenga idea de lo que sigue y se disponga a comprender la información, los argumentos y la orientación del escrito. La presentación puede equivaler a un diez o hasta un veinte por ciento de la extensión del texto, aunque desde luego esta proporción puede variar según cada circunstancia.

En el **desarrollo** expones tu proceso de pensamiento, mediante hechos, datos, reflexiones, encadenamientos pertinentes. Aquí el lector advierte la voz de un estudiante, de un empleador, o de un escritor experimentado. Es la sección más amplia del texto, lo que significa que puede representar hasta un setenta o un ochenta por ciento.

Y por último la **conclusión**. Se dice que si una película mala tiene un buen final, por lo menos nos dejará un buen sabor de boca y hasta es probable que no la consideremos una mala película. En cambio, cuando vemos una muy buena película cuyo final nos decepciona, nos irritamos y hasta podemos opinar que la película es un fracaso.



Clement1/Adobe Stock

Por lo regular, incluso a veces de manera inconsciente, como lectores somos jueces muy estrictos con los finales. Debes serlo también como autor. Procura que tus cierres o remates sean la coronación de todo el proceso de tu trabajo, independientemente de si se trata de un memorándum, de un artículo o de un libro. Trabaja para que tus finales, por principio, te satisfagan a ti. Si no sucede, no has terminado. No te conformes.

En la conclusión procura no ser demasiado extenso, de lo contrario será muy fácil que te extravies en tus propias ideas. Sé concreto y elegante: contundente.



EVALUACIÓN SUMATIVA



I. AUTOEVALUACIÓN

Instrucciones: Anota una V si la aseveración es verdadera y una F si es falsa.

1. Las unidades básicas del idioma son la palabra, el párrafo, el Informe y el libro. ()
2. La oración es una unidad sintáctica con sentido completo. ()
3. Las nueve categorías en que se clasifican las palabras son: sustantivo, adjetivo, verbo, adverbio, artículo, preposición, conjunción, interjección, pronombre. ()
4. Lo que distingue a las oraciones de las frases es que las primeras tienen verbo. ()
5. En la oración: "Luisa cantará mañana en Bellas Artes", Bellas Artes es el sujeto y Luisa el predicado. ()
6. En la oración "Mejoremos al mundo" el sujeto es tácito. ()
7. La oración "José Alfredo compuso las mejores canciones mexicanas" está escrita en voz pasiva. ()
8. Las oraciones coordinadas son uno de los tipos de oraciones compuestas. ()
9. Un párrafo será más claro si tiene muchas oraciones subordinadas. ()
10. Una oración se compone de palabras y un párrafo de oraciones. ()
11. La estructura profunda de un párrafo se refiere a la forma y la estructura superficial al contenido. ()
12. Dos propiedades fundamentales de un texto son la coherencia y la cohesión. ()
13. Los párrafos pueden ser narrativos, argumentativos, expositivos, relativos, comparativos y enumerativos. ()
14. Una forma de indicar la separación de párrafos es mediante la sangría o mediante el uso de bloques. ()
15. La textualidad de un texto se define por su brevedad o extensión. ()
16. La revisión de un texto es parte secundaria al trabajo de escribir. ()
17. Al redactar un párrafo, asegúrate de que sus oraciones tengan continuidad. ()
18. Si un texto tiene buena gramática tendrá un puente con su lector. ()
19. Para integrar párrafos y lograr un buen texto es recomendable estar atento a su unidad, continuidad, cohesión temática, lógica y progresión. ()
20. En su forma, la estructura básica de un texto consiste en ser veraz, natural y verosímil. ()



II. AUTOEVALUACIÓN EN LÍNEA

Comprueba tus avances y resuelve la autoevaluación de la página web de este libro.



III. CRUCIGRAMA

Resuelve el crucigrama que se presenta en la página web de esta obra.



IV. GAMIFICACIÓN

Ingrésa al sitio web de este libro. Diviértete y aprende con los contenidos que estudiaste en este capítulo.



V. PODCAST

Conoce el podcast de este capítulo que está en la página web. ¡Te encantará!



VI. CONCLUSIONES Y APRENDIZAJES

1. Anota cuatro aprendizajes de los temas estudiados en este capítulo.
2. Escribe un texto con las principales conclusiones de este capítulo.



ENSAYO Y PRESENTACIÓN AUDIOVISUAL

Elabora un ensayo corto en el que apliques los conocimientos adquiridos en este capítulo y preséntalo de manera oral en clase.



ENTREGABLES

En la plataforma resuelve la sección de "Entregables" para este capítulo.



CAPÍTULO 7

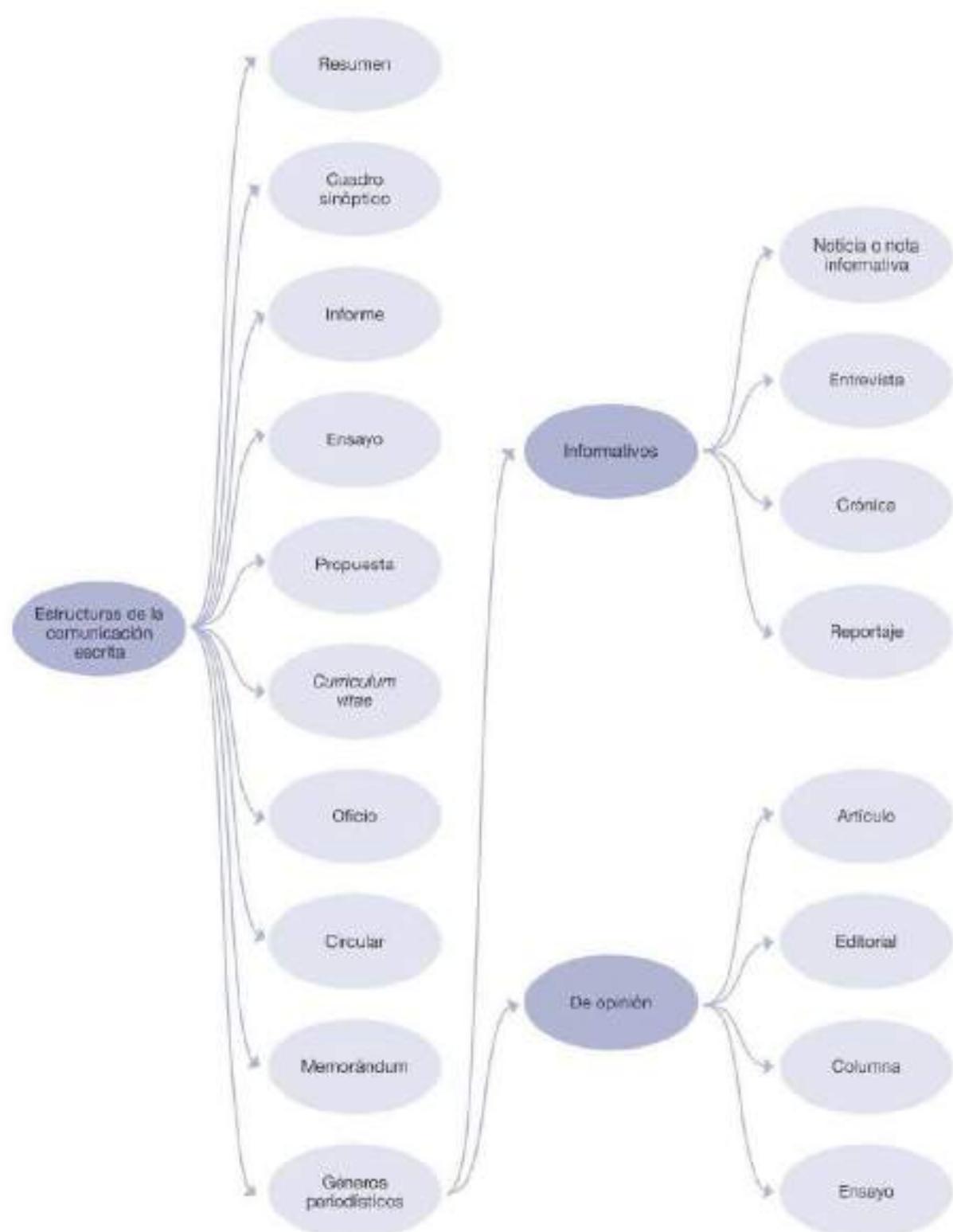
ESTRUCTURA Y DESARROLLO DE DOCUMENTOS



"Y si he escrito esta carta tan
larga, ha sido porque no he tenido
tiempo de hacerla más corta".
Blas Pascal

El lector desarrollará habilidades para:

- Conocer los principios básicos para elaborar un resumen.
- Seguir pautas de lectura y marcojo para elaborar un resumen.
- Distinguir los tipos de resúmenes.
- Conocer la utilidad de los cuadros sinópticos.
- Diferenciar los tipos de cuadros sinópticos de acuerdo con su finalidad.
- Reconocer los aspectos de un buen informe.
- Diferenciar los tipos de informes existentes.
- Conocer la secuencia para crear un informe.
- Analizar las cualidades de un ensayo.
- Conocer los diferentes tipos de ensayo.
- Saber cómo crear un currículum vitae.
- Conocer las cualidades de un oficio y cómo redactarlo.
- Conocer las características y uso de una circular.
- Saber los aspectos que distinguen un memorandum y su uso.
- Reconocer los géneros periodísticos más importantes.



Este capítulo es el punto de convergencia de los dos anteriores. Ahora vamos a poner en práctica lo que hemos comentado o lo que hemos ejercitado de manera parcial. Se trata de darte elementos concretos para que elabores documentos que te serán muy útiles en tu vida personal y en tu trayectoria profesional.

Las diferentes estructuras de la comunicación escrita que conocerás, aprenderás a desarrollar y ejercitártelas son: resumen, cuadro sinóptico, informe, ensayo, propuesta y *currículum vitae*. Adicionalmente, te proporcionaremos la información sustancial sobre lo que son el oficio, la circular, el memorándum y los géneros periodísticos.

■ 7.1 Resumen

Resumir viene del latín resumere, que significa retomar, rearrojar, reabsorber. Así, cuando hacemos un resumen retomamos o reabsorbemos lo más relevante, aquello que define y distingue a un texto o una experiencia.

Un resumen es una exposición oral o escrita en la que se abrevia o se concentra el contenido de un libro, una exposición, una conferencia o cualquier acontecimiento. Para nadie es algo desconocido. En nuestras interacciones sociales, familiares, laborales o escolares realizamos resúmenes constantemente: cuando contamos cómo nos ha ido en el día, cuando hablamos acerca de un evento deportivo o un concierto, cuando convocamos a una celebración y explicamos su propósito. Casi podría decirse que cuando conversamos, y especialmente cuando relatamos, resumimos (aunque haya quien haga lo contrario, y nos relate una experiencia de tres minutos en tres horas).

Imagina que estás de vuelta de un viaje de vacaciones y te reúnes a tomar café con un amigo. Tan imposible como tedioso sería intentar contarle todo lo que hiciste; la hora en que te levantaste cada día, lo que desayunaste, comiste, cenaste, todos los edificios que viste, el nombre y el aspecto de todas las personas con las que interactuaste... y menos lo harías si quieras que siga siendo tu amigo. En lugar de abrumar, abundar, asfixiar, lo que hacemos es resumir: contamos solo los momentos más importantes del viaje, los agradables y los desagradables, los que nos dieron un gran momento y los que lo estropearon, esto es, lo relevante, lo que describe y da significado al viaje.

Los resúmenes, en consecuencia, se elaboran a partir de los aspectos más relevantes de aquello que se resume.

Cuando un maestro te pide que hagas un resumen lo que espera es que tomes lo principal de un texto y que, sin que pierda sentido ni estructura, lo expongas brevemente por escrito o de forma verbal. La maestra o maestro pueden tener diversos propósitos al encargarte hacer un resumen, entre otros: que te ejerces en su elaboración, porque hacer resúmenes mejora nuestra capacidad de concentración y nos ayuda a ser más sistemáticos y ordenados; que leas un texto y que retengas lo esencial; que aprendas a sintetizar, esto es, a captar lo sustancial de un texto y lo reproduzcas de manera breve y concisa.

El resumen sirve también como herramienta escolar para que maestro y alumno comparten una información base sobre un tema. El día que el grupo entrega el resumen, la maestra o el maestro pueden abordar el tema con mayor libertad, incluso

en sus aspectos más complejos, porque saben que alumnas y alumnos comparten una base común de información.

7.1.1 Principios para elaborar un resumen

- 1. Se hace resumen de lo que conocemos.** No podemos resumir aquello de lo que no tenemos conocimiento o de lo que solo contamos con una idea parcial. Para realizar un buen resumen de un texto, es necesario que lo hayamos leído con detenimiento y en varias ocasiones para asegurarnos de comprender lo que vamos a resumir. Es imposible resumir bien antes de comprender.
- 2. El resumen no suple al texto original.** Su finalidad es la de convertirse en una referencia didáctica para que quien la consulte pueda conocer, recordar o precisar alguno de los elementos principales del texto sin tener que acudir directamente a él. Quien hace un resumen, conoce la obra y conoce el resumen; quien lee un resumen no conoce la obra, pero sí tiene una noción de ella.
- 3. El resumen no incluye opiniones.** En el resumen no hay cabida para la opinión personal porque su propósito es sintetizar un contenido, no alterarlo ni calificarlo ni evaluarlo. Quien consulta un resumen no está buscando el punto de vista de quien lo hizo sino del autor del texto. Los resúmenes tienen que ser fiables y precisos en cuanto a las ideas, cifras y conceptos que presenten.
- 4. Asegúrate de que haya un hilo conductor.** Si la información que se presenta en un resumen está desordenada y es poco clara, no funcionará como material de consulta. Una forma de asegurar una buena estructura y conservar el hilo conductor es presentar las ideas en el mismo orden en el que fueron desarrolladas.

7.1.2 Pautas para leer y marcar el texto que resumirás

¿Cómo hacer el resumen de un texto? Te sugerimos que tomes en cuenta estas pautas:

- Primero lee el texto completo para tener idea de su contenido, sus argumentos, sus conclusiones (o de la trama, los personajes, el desarrollo).
- En una segunda lectura subraya las ideas principales, los datos y conceptos que te parezcan más relevantes. A veces creamos que subrayar en la primera lectura nos ahorrará trabajo, pero sin tener una comprensión global probablemente seguiremos poco productivos o haremos una selección apenas regular.
- De preferencia, usa dos o tres colores, por ejemplo: azul para los datos, rojo para las buenas frases, amarillo para los argumentos. Si quieres usa diez colores, pero la probabilidad de que te hagas los será más alta. También puedes usar figuras, como círculos, rectángulos, flechas, corchetes...
- Cuidado: no subrayes solo por subrayar, ni lo subrayes todo. Si en una página tienes el ochenta por ciento del texto subrayado, quiere decir que no lo has hecho bien. Cuando subrayamos mucho, nos estamos engañando. Parece que avanzamos, pero no es así, porque después será necesario seguir recortando, y cada vez será más complicado y tedioso. Es mejor subrayar con criterio: por ejemplo, subrayaré solo aquello que de verdad se lo gana. En el podio solo hay tres lugares para la premiación. No llenes toda la grada.
- Los subrayados y demás señalizaciones que hagas sobre un texto tienen que clarificar, no confundir. Imagina un cruce vial con veinte señales de tránsito: en lugar de beneficiar la movilidad, la empeorarán.

- f) El subrayado te ayuda a localizar con rapidez aquello que llamó tu atención para incluirlo de alguna manera en el resumen (con cita textual o con cita indirecta), pero no sustituye a tu claridad mental para hacer el esquema de tu resumen. Por ejemplo, a la par que subrayas, haz un apunte: este texto trata sobre esto; sostiene esto; se apoya en tres argumentos; da respuesta a tres argumentos contrarios; y concluye esto. Debes tener siempre claro el panorama del texto que estás resumiendo.
- g) Si te funciona, haz una lista progresiva: 1. Toma; 2. Hipótesis; 3. Estadísticas más relevantes; 4. Argumentos de peso; 5. Conclusión.
- h) Ahora ya tienes una preestructura, que puede ser la del texto original o alguna que te pidieron o una que tú decidiste. El caso es que ya tienes una estructura básica. Y, digamos en la otra mano, tienes tus subrayados, los que dan soporte a tu estructura, pues allí están los datos, las opiniones, las convicciones y conclusiones del autor.
- i) Procura tener muy clara la jerarquización y la distribución de las ideas y de todos tus insumos. Resumir no es subrayar y transcribir, sino comprender, estructurar el conocimiento y abreviar su presentación.
- j) Una vez con la estructura básica definida, estás listo para redactar el resumen.

Una recomendación adicional: con independencia de que el siguiente resumen que hagas sea el primero o el décimo, ordena su archivo en tu computadora, como quizás ya lo hagas con todos tus trabajos. Abre una carpeta que diga Resúmenes. Por lo regular se emplean como herramientas de estudio, y sería muy embarazoso que el tiempo que tenías destinado a revisarlos lo dediques a encontrarlos. Por eso, titúlalos. Además, puedes añadir el nombre del texto que se resume, el autor, la fecha en que lo leiste y otros datos que creas oportunos, como pudiera ser la materia, el nombre del maestro de la asignatura, etc.

Mientras más precisos sean los encabezados y los nombres de los archivos, más fácilmente podrás localizar tus resúmenes, que se convertirán en una oportuna fuente de consulta y conocimiento. Por cierto, esta recomendación es válida y aplicable a los diversos textos que vamos a ver en este capítulo.

7.1.3 Tipos de resúmenes

Entre otros, existen estos tres tipos de resúmenes:

- **Informativo.** En él se abrevian los contenidos del texto original.
- **Descriptivo.** Se realiza un análisis del tipo de contenido, de la estructura y de la forma con la que son tratados los temas.
- **Científico.** Un resumen de un artículo científico es parte de él, va al principio y también se le conoce como sumario. En él se describe y precisa el contenido del artículo; se mencionan objetivos, métodos y resultados de una investigación. Este resumen es una herramienta introductoria y de presentación del artículo científico; a partir de ella las personas sabrán si es de su interés leer el texto completo.



GUÍA DE ACCIÓN

El siguiente texto tiene aproximadamente 600 palabras. Para efectos de este ejercicio, tu resumen debe ser de entre 100 y 200 palabras. Recuerda no incluir opiniones tuyas y mantener el sentido del texto. Imagina que le pláticas a una persona el artículo para motivarla a que lo lea. ¿Qué le dirías? ¿Qué destacarías? ¿Cómo sintetizarías su contenido?

¿Quién es Malala?

Alejandro Hernández Palafox
El Financiero, 22 de enero, 2015

La mañana del 9 de octubre de 2012 un hombre que llevaba un gorro y un pañuelo sobre nariz y boca, subió a la plataforma trasera del vehículo en el que viajaban Malala Yousafzai y otras niñas y preguntó: "¿Quién es Malala?" Nadie contestó, pero algunas niñas miraron hacia la que respondía a ese nombre. El hombre disparó tres veces.

Por esta pregunta, con la que el talibán esperaba asegurar el cumplimiento de su propósito, es que Malala titula su libro *Yo soy Malala* (Alianza Editorial).

Con esta frase afirmativa, Malala asume el riesgo de ser quien es al tiempo que presenta al mundo su causa.

Esta joven, que estuvo a punto de morir por defender el derecho de las niñas a la educación en un país tomado por los talibanes, ha convertido ese fallido motivo de su muerte en su motivo de vida.

El libro es una ventana para asomarnos a una cultura distante y para aproximarnos a un mundo en el que las mujeres tienen que sobrevivir a un puño asfixiante que pretende reducirlas a la vida sin rostro, a la ignorancia y a un destino sin identidad.

Sin prisa, Malala va contando su infancia y su adolescencia. El texto adquiere una gran fuerza cuando relata la llegada y la opresión de los talibanes sobre la población pakistaní: los hombres forzosamente con barba y las mujeres en su casa, sin escuela ni posibilidades de desarrollo. Todos sin vacunas: "Curar una enfermedad antes de que aparezca es contrario a la sharia", dijo Fazlullah, el líder de los talibanes en Swat.

Malala tenía 10 años cuando llegaron los talibanes al valle de Swat. Prohibieron oír música, ver películas y bailar. Actos pecaminosos como esos eran los que habían causado el terremoto del 8 de octubre de 2005, y si la gente no cambiaba estos hábitos volvería a provocar la ira de Dios. Meses después los pueblos se deshicieron de sus televisores y reproductores de música, a los que los talibanes prendían fuego.

El padre de Malala, Ziauddin Yousafzai, emprende una lucha diaria por proporcionar educación a las niñas y niños de Swat y por denunciar las atrocidades de los talibanes en un entorno que

incluye adoctrinamiento extremista, amenazas, persecuciones y homicidios, mientras la joven amplifica su voz con discursos y entrevistas en las que contrasta su temprana edad con la rudeza de la circunstancia que enfrenta.

Estos son apenas algunos de los episodios que relata Malala, los que develan las diferencias entre la vida en aquella región y la nuestra.

Pero también, sin proponérselo, nos ilustra acerca de las semejanzas: "Los políticos solo iban allí en periodo electoral, prometían carreteras, electricidad, agua limpia y escuelas... (y) si eran elegidos, no volvíamos a saber nada de ellos ni de sus promesas"; "Elos son ricos, y el país es pobre, y sin embargo no dejan de saquearlo. A cambio de contratos gubernamentales reciben comisiones de amigos o de las compañías a las que se los adjudican"; "Al final de 2007 la campaña del ejército no había acabado con los talibanes, el ejército permaneció en Swat y se le vela por toda la ciudad; sin embargo, la situación se hizo peor que nunca" "El Estado debe proteger los derechos de los ciudadanos, pero es una situación muy difícil cuando no puedes diferenciar entre el Estado y el No-Estado, y no puedes confiar en que el Estado te proteja del No-estado".

Malala denuncia hechos y dogmatismos lamentables, pero también da cuenta de reflexiones y actitudes que confirman que aun en las circunstancias más adversas tiene sentido perseverar en el esfuerzo por lograr un país con equidad y justicia.

■ 7.2 Cuadros sinópticos

Los cuadros sinópticos son una herramienta para clarificar información, opiniones, proyectos.

Seguro los conoces. Aunque hay de varios tipos, uno de los más usados es el que organiza y representa el tema mediante llaves, como el que se muestra en la figura 7.1:

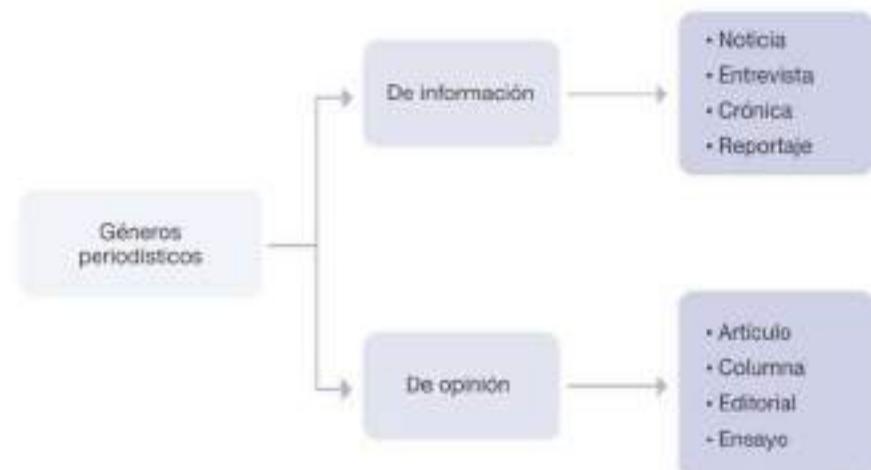


FIGURA 7.1 Ejemplo de cuadro sinóptico.

7.2.1 Para qué hacer cuadros sinópticos

Saber hacer cuadros sinópticos te ayudará a:

- **Comprender.** Cuando leas un texto puedes hacer un cuadro sinóptico para entender mejor el contenido, para saber qué tema depende de otro o cómo es que el autor ramifica su análisis. Si el texto tiene alguna complejidad, hacer este cuadro te ayudará a no extraviarte con temas y subtemas u otras ideas derivadas. Si lo haces, verás el asunto expuesto con unas cuantas palabras, todas ordenadas, clasificadas y jerarquizadas de lo general a lo específico.
- **Analizar.** A veces entendemos un asunto, pero necesitamos ir más allá y analizarlo. Ya sea que se trate de un texto o de una circunstancia de tu vida, en la que tengas que tomar una decisión. Probablemente ver tu circunstancia te resulte muy útil.
- **Enseñar, explicar.** Imagina que entiendes bien un texto, una teoría o un hecho histórico y lo que necesitas es explicarlo. Se puede tratar, por ejemplo, de una asignación universitaria o de una presentación en tu círculo de amigos, socios o clientes. En este caso, seleccionas los elementos que incorporarás al cuadro y vas abriendo llaves (o círculos, según prefieras). Esta es una manera de trazar una ruta de exposición. Será una herramienta práctica de enseñanza para ti y un facilitador para que tu público te siga en tu explicación.

Los cuadros sinópticos sirven para ordenar nuestro entendimiento respecto de un tema. En su proceso de elaboración, en ellos puedes mover, tachar, agregar, unir y separar conceptos e ideas para dar estructura a tu intuición y conocimiento.

Los similes y comparaciones que se pueden hacer con los cuadros sinópticos son muchos y todos muy ilustrativos. Aquí algunos de ellos:

- Los pizarrones en los que científicos trabajan para alcanzar la resolución de un problema o ecuación. En estos pizarrones nos encontramos con líneas, círculos, diversos conectores, signos inescrutables para los ajenos a estas disciplinas... y borrones al por mayor.
- Los corchos que hay en las paredes de las estaciones policiales (los habrás visto en alguna serie de televisión). En ellos, los agentes colocan recortes de periódico, fotografías, mapas, nombres, palabras, elementos con los que trazan una o varias líneas de investigación para descartar o reforzar sospechas.
- También, aunque de manera distinta, las mesas, las maquetas, los mapas, las pantallas o las representaciones electrónicas en las que los militares pueden observar los posicionamientos del ejército enemigo, su asentamiento, rutas, avances, armamento, número de soldados...

Todos estos son, a su modo, parlantes de cuadros sinópticos, y si bien pueden resultar en una primera impresión caótica, gracias a ellos quien los utiliza va puliendo y ordenando sus ideas, ya sea para resolver una ecuación, para encontrar a un sospechoso o para ganar una batalla.

Un cuadro sinóptico puede ser la maquetación de un conocimiento, una información, un proyecto, una estrategia. Y es, también, una forma de razonar de modo intuitivo y ordenado, afortunada mezcla que te permite avistar y estar atento a conceptos que podrías confundir o extraviar en otro tipo de estructura o documento.



EJERCICIOS DE REFUERZO

Vista el sitio web de esta obra y realiza los ejercicios adicionales para este tema.

7.2.2 Cuadros sinópticos según su finalidad

7.2.2.1 Cuadros sinópticos de uso personal

Al elaborar un cuadro sinóptico solo para nuestro uso y aprovechamiento, estructuramos de acuerdo con una lógica personal, lo que es fantástico porque podemos apreciar cómo opera nuestro cerebro, ese poderoso y poco conocido órgano del intelecto.

Para innovar tus cuadros, es conveniente que conozcas cómo elaboran sus estrategias de pensamiento otras personas. A veces puede bastar con echar un vistazo a los cuadernos de otros compañeros o incluso a las libretas de grandes autores o científicos que puedes encontrar publicadas en ediciones especiales o en la red.

Al volver visual lo que en un principio es abstracto (el conocimiento) tenemos más posibilidades de comprender y dominar un tema. Así que al realizar tus cuadros personales ten a la mano colores, imágenes, abreviaturas, *links*, citas, y lo que te parezca necesario porque nunca sabrás de qué modo y en qué momento te serán de utilidad. El ejercicio consiste, sobre todo, en saber establecer conectores lógicos.

7.2.2.2 Cuadros sinópticos para otros

En cambio, cuando elaboras cuadros sinópticos como herramientas de trabajo grupal, ya sea por cuestiones laborales o pedagógicas, asegúrate de no ser el único que comprenda su estructura y sus conexiones. Tu lógica personal, en este caso, tiene que enlazarse con la lógica del público al que te diriges. Ten presente que la principal cualidad de un cuadro sinóptico es su claridad. Esta claridad vincula tu pensamiento con el entendimiento de tus receptores.

Un método para lograr esta claridad es pensar en los receptores como personas totalmente ajena al tema a tratar, lo que te obligará a desarrollar con mayor naturalidad los enlaces del cuadro sinóptico. Partir de cero nos ayuda a incluir lo básico y lo importante para asegurar que todos los asistentes podrán comprender lo que se les presenta. En caso de que conozcas a tu público y su grado de conocimiento del tema, podrás eliminar lo básico para ir directamente a un cuadro más complejo.

Es pertinente insistir en que para exponer un tema es indispensable comprenderlo.

Un cuadro sinóptico es la simplificación de un conocimiento, y esta simplificación es el resultado de un estudio y análisis previo.

Así que por más visualmente atractivo que sea un cuadro, si no es comprensible para el público que lo recibe querrá decir que quien lo elaboró no necesariamente entiende el tema lo suficiente. Investiga, entiende, simplifica y crea una lógica que sea comprensible para todos.



GUÍA DE ACCIÓN

Elabora un cuadro sinóptico de tu película favorita. Imagina que tienes que competir con tus compañeros para lograr el mejor cuadro sinóptico, ya sea por la calificación que le dé el titular de la materia o por votación del grupo, y que el premio es que tu película se proyecte en clase. Este objetivo, independientemente de si se puede llevar a cabo o no, te alentará a establecer la mejor argumentación del por qué esta película te gusta tanto.

El tema principal será el título de la película. Los subtemas tú los elegirás en función de tu propósito de reforzar la argumentación de tu gusto por el filme. Puede ser el elenco, el director, la historia, la fotografía, el poder de evocación de la película, los premios que ha obtenido, las mejores escenas, el año y la situación en la que fue filmada, en fin, en cuanto a cine hay muchísimos elementos que pueden analizarse.

Cuando elaboras tu cuadro sinóptico piensa en estrategias y recursos para captar la atención de las personas que lo verán. De al-

guna forma tienes que convencerlas; por medio de una herramienta visual, de que tu película es la que merece proyectarse. El ejercicio, bien llevado a cabo, es útil y desafiante porque tiene un objetivo.

Mientras más claros tengas los objetivos que persigues con la elaboración de un cuadro sinóptico, conseguirás estructuras de pensamiento más claras y potentes. Esto es, harás cuadros sinópticos para servir tu propio interés o para servir a los demás con información clara e interesante, didáctica y motivadora.

Y ahora, otro reto, elabora un cuadro sinóptico con la información contenida en el apartado dedicado a la oración del capítulo 6 (6.1.1).

■ 7.3 Informe

El informe es un documento frecuente en la gestión de gobierno, de empresas o de organizaciones de todo tipo.

Es tan recurrente y suele ser tan relevante que hay quienes han hecho de esta tarea una especialidad, una carrera. En cualquier caso, es oportuno y útil que sepas cómo se hace un informe tanto si se trata de una iniciativa tuya como si debes hacerlo por asignación.

Empecemos por repasar las cualidades y los elementos que le son comunes a todos los informes para después abordar las peculiaridades según su tipo. Todos los informes tienen que estructurarse y escribirse de manera formal y ser claros, precisos, concretos, completos. Acerca de la claridad hemos hablado de manera reiterada a lo largo de estas páginas y lo seguiremos haciendo para que sea una convicción tuya bien integrada a tu manera de redactar siempre: claridad. Sin esta cualidad, no tiene sentido escribir, y menos un informe. Para lograr claridad se requiere:

- Escribir en tercera persona.
- Planear una estructura lógica, que contribuya a guiar al lector para que no se extravíe.
- Un lenguaje sencillo, a menos que se trate de un documento de alta especialidad dirigido a personas que comparten ese perfil. Y aun así, dentro de sus características, debe privilegiar la claridad.
- Párrafos breves, con un máximo de tres ideas cada uno.

7.3.1 Características de un buen informe

- **Preciso.** Por ejemplo, no es recomendable decir que tal programa presentó "un considerable avance". Es mejor mencionar un porcentaje o algún otro indicador. Tampoco podríamos escribir que "un departamento no se apega a la norma de comprobación de gastos". Ni modo, hay que decir cuál departamento (a menos que se tenga una instrucción precisa al respecto).
- **Concreto.** En general un informe no incluye abstracciones del tipo: "se mejoró notoriamente el ambiente de trabajo". Habrá que buscar cómo se mide para evitar incurir en juicios que difícilmente podremos sostener. ¿Cómo sabe el redactor del informe que así ha sido? Si no tiene la respuesta, es mejor no hacer la afirmación; si tiene la respuesta, es mejor ponerla antes de que alguien pregunte. Por ejemplo: un sondeo realizado en mayo de este año entre 150 operarios de los tres turnos (27% del personal) afirmó sentirse más cómodo y seguro después de que se dio mantenimiento a los montacargas y cadenas de elevación.
- **Completo.** Lo óptimo es que no falte ningún dato acerca del periodo que se informa ni quede, si fuera el caso, ningún programa sin evaluación. Sin embargo, suele ocurrir que no se tuvo algún dato o alguna evaluación, en cuyo caso hay que apuntarlo en el informe. Así queda claro que todos los datos y evaluaciones están completas con excepción de tal y tal.

Antes de hacer un informe hay que fijar el objetivo, que básicamente tiene que ver con las preguntas: para qué se hace y para quién. Por ejemplo:

- Es el informe anual. Es periódico. Sirve de base para decisiones presupuestarias. Los destinatarios son los integrantes del Consejo de Administración.
- Es el informe anual de un gobernador: sus resultados se difunden y son sometidos al escrutinio público.
- Es un informe emergente. Se provocó una fuga de gas y sobrevino una explosión en el puerto. Se quemó un remolcador y se dañó un buque de la empresa. Se quiere saber qué pasó. El informe es para la Coordinación Territorial y se dará a conocer a la prensa.
- Es un informe que tienes que hacer porque es una de las condiciones de una beca que recibes. Tienes que informar cada seis meses del avance del proyecto que presentaste. Los lectores son los integrantes del Comité de Becas y Proyectos.

Si recibes el encargo, pregunta por el objetivo y el destinatario; si es por tu iniciativa o para fines tuyos, define para qué y para quién. Conocer ambas respuestas te ayudará mucho al estructurar y redactar el informe.

Si el informe va al Consejo de Administración, en el caso de una empresa, o al público en general, en el caso de un gobierno, el lenguaje será distinto. En el primero

puede ser más técnico y económico, en el segundo más sencillo y político. Puede haber de todo, pero normalmente se impone un ingrediente: el político, el económico, el social...

7.3.2 Variedad de informes

Hay muchas circunstancias y motivos por los cuales se hace un informe, pero las situaciones más comunes son:

- Informe institucional.
- Informe de misión (de proyecto o investigación).
- Informe/reporte.

7.3.2.1 Informe institucional

Se caracteriza porque el responsable o los responsables de hacer el informe van a dar cuenta de lo hecho por muchas personas. Toda una estructura ha trabajado un año y ahora, imaginemos, tú tienes que hacer el informe.

Una manera de trabajar en este tipo de informes es hacer una reunión en la que está el número uno de la organización, por ejemplo, el gobernador, el presidente municipal o el director general, y los titulares de las diversas áreas, así como el grupo o la persona a quien se ha asignado la elaboración del informe. En esta reunión se da el banderazo y se establece la mecánica de trabajo, que suele ser la siguiente en términos generales: todas las áreas deben entregarte su información en determinada fecha o en varias fechas, según se acuerde. Tú reunirás la información, la estructurarás, la revisarás (no porque sepas más que los titulares, sino porque es posible que encuentres una duda, una inconsistencia, en cuyo caso debes hacérselo saber al área correspondiente), la integrarás, unificarás el estilo, le darás forma al documento, y quizás te pidan escribir la introducción. En este caso hablamos sobre todo de un trabajo de estructuración, integración, revisión y presentación.

La participación del redactor final es tan relevante o discreta según se determine, dependiendo de las facultades que se le otorguen. Por ejemplo, un coordinador de asesores o un director de planeación suelen tener influencia y peso al integrar un informe, en tanto que a veces la dirección le indica al redactor limitarse a compilar y a revisar únicamente la forma. En todo caso, la estructura debe ser lógica, por ejemplo ordenada por áreas afines, y el lenguaje debe ser formal, accesible, concreto, preciso.

7.3.2.2 Informe de misión, de proyecto o de investigación

A diferencia del anterior, en este caso no reportarás lo que han hecho otros sino lo que has hecho tú (y quizás tu equipo). Aquí nadie te va a dar información para que la revises: tú tendrás que reunirla, ordenarla, decidir el enfoque, conseguir y verificar cifras, recurrir a tu agenda o bitácora, y en su caso revisar ingresos y gastos, en fin, todo lo que consideres debe ir en el informe. Veamos algunos supuestos:

- a) Se te pidió que fueras a buscar terrenos o lotes o construcciones para la instalación de tres restaurantes de una cadena. Tienes tres días para hacer la búsqueda y un día para escribir el informe. Defines la estructura:
- Introducción.
 - Características que se te pidieron de los terrenos o inmuebles.
 - Reporte general de la búsqueda: cómo la realizaste; cuáles fueron sus dificultades, localizaste 18, visitaste 11, seleccionaste preliminarmente cinco.
 - Descripción de los cinco inmuebles preseleccionados (redactada o en cuadro comparativo). En este apartado informas sobre localización, superficie, superficie construida, precio de adquisición o costo de renta. Ventajas y desventajas. Observaciones relevantes.
 - Recomendación. Aquí expresas tu punto de vista acerca de cuáles deben ser los tres inmuebles que se compran o arrienden.
- b) Hace cinco meses se te encomendó la realización de un proyecto o investigación y ahora, al acercarte a los seis meses de trabajo, debes informar de tu avance. Decides la siguiente estructura:
- Introducción.
 - Describes objetivo y metas parciales del proyecto, con sus fechas de cumplimiento.
 - Agregas tu avance global y tus porcentajes de avances parciales.
 - Contrastas el avance físico con el ejercicio presupuestal. Expones razones del retraso o exceso del gasto. Confirmas presupuesto o sugieres una reconsideración.
 - Haces sugerencias y renuevas y/o estableces nuevos compromisos.

7.3.2.3 Informe/reporte

Eres enviado de las oficinas centrales de un corporativo para elaborar un reporte que explique las razones de que las ventas de tres locales en una determinada entidad muestren una contracción respecto del año anterior. La dirección ha agotado el diálogo con los responsables de esos locales y prefiere enviar a un comisionado que haga un reporte. El comisionado eres tú. Defines una estructura:

- Introducción.
- Análisis numérico de los tres años más recientes de operación y ventas de los tres locales.
- Análisis del contexto: crecimiento económico del estado en esos tres años; competencia; percepción de inseguridad pública; hábitos de los consumidores locales; recursos humanos disponibles, etc.
- Circunstancias y hechos de la dirección y operación de los locales.
- Detección de causas de fondo y coyunturales.
- Oportunidades y amenazas; riesgos y oportunidades.
- Conclusiones y recomendaciones.

En estos tres ejemplos hemos propuesto estructuras con la intención de que apropies la ayuda que puede representar tener un bosquejo de documento final. Tal vez la investigación y la recopilación de información hagan que modifiques esta estructura preliminar, pero te ayudará a orientar tus primeros pasos en el accionar de datos.

7.3.3 Secuencia de elaboración

En todos los casos, es recomendable seguir esta secuencia:

- Valoración de toda la información.
- Selección de la información relevante.
- Verificación de cifras y de elementos de contexto.
- Valoración e interpretación de la información.
- Determinación de causas y posibles soluciones (o bien, opinión de que no hay soluciones o que representan un alto costo).
- Distribución y redacción de la información según la estructura.
- Revisión profunda de fondo y forma.

Ahora que hemos realizado juntos una aproximación a lo que representa la elaboración de un informe, podemos ofrecerte recomendaciones adicionales:

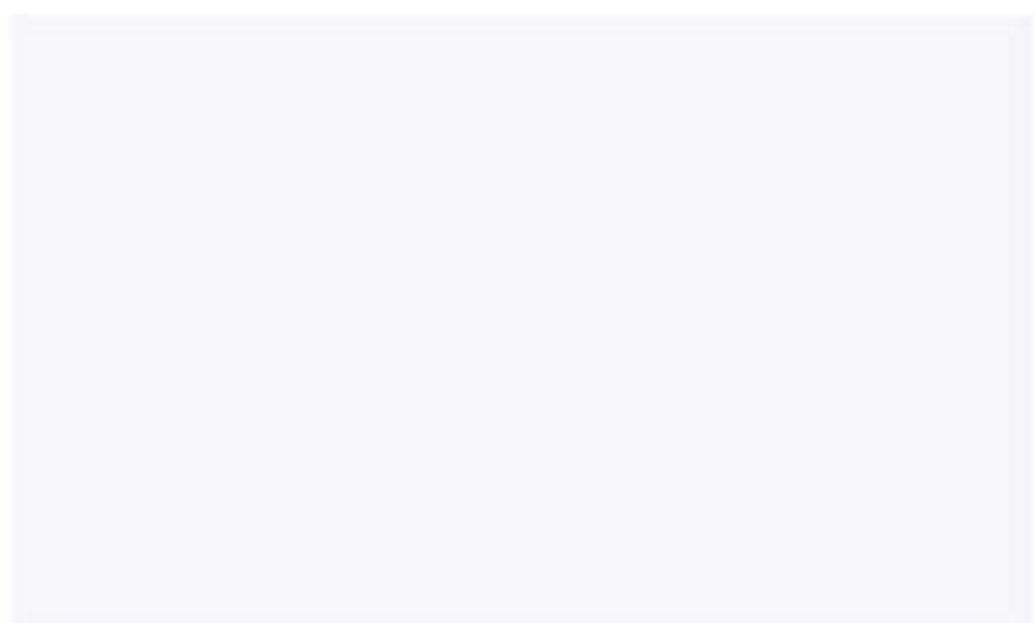
- **Consulta fuentes y dales el crédito correspondiente.** Las hay documentales, personales y directas. Así, puedes recurrir a la revisión de libros, informes, recibos, facturas, tablas de gasto; a entrevistas con directivos, personal operativo, clientes, agentes gubernamentales; asimismo, debes observar de manera directa lo que sucede.
- **Valida la información.** Procura asegurarte de que la información sea verdadera o que se sustente en fuentes confiables.
- **Utiliza, de ser el caso, cuadros sinópticos.** En ocasiones hacer un cuadro sinóptico te servirá para entender la información, así como sus vínculos entre los diferentes conceptos o datos, aun cuando después decidas no incluirlo en el documento. Otras veces si será necesario y útil incorporar uno o varios cuadros sinópticos. La pertinencia de hacerlo será tu decisión.
- **Recuerda:** esfúérzate por lograr claridad, mediante oraciones breves y lenguaje sencillo, preciso, concreto.
- **Cuida la forma.** Emplea por dejar en claro: tipo de documento, fecha, área, empresa o entidad gubernamental. Busca un título eficaz; que sintetice de la forma más clara y breve el contenido del documento. Ya sabes, utiliza negritas, viñetas, listas, cuadros, gráficas, fotos, imágenes varias, según la naturaleza del documento.
- **Y lo de siempre:** en tanto no sea necesaria otra estructura, recurre a la básica: introducción, desarrollo, conclusiones.

Y revisa, corrige. Ponte en el lugar del lector.



GUÍA DE ACCIÓN

Realiza un informe de aproximadamente 500 palabras sobre el desarrollo de los temas del cuatrimestre.



■ 7.4 Ensayo

El ensayo suele ser especialmente interesante porque informa, entretenido, comparte una opinión, y lo hace, cuando está bien hecho, con un estilo propio y con una estética que es forma y a la vez parte del fondo.

Tradicionalmente se ha considerado al ensayo como un género literario y también como un género periodístico. Lo determinante para colocarlo en una u otra disciplina es la proporción de carga literaria o periodística que tenga. Quizá el rasgo más distintivo del ensayo periodístico es que aborda un tema de actualidad, de vigencia noticiosa. Existen también los ensayos académicos y científicos.

El ensayo moderno nació de la pluma del escritor francés Michel de Montaigne (1533-1592). Él fue el primero que se dio a la tarea de escribir sus reflexiones sin la necesidad de contar una historia, es decir, la virtud narrativa del texto pasaba a segundo término para dar prioridad a la argumentación. Esta sustitución dio como resultado el surgimiento de un nuevo género.

Montaigne vio en este estilo la oportunidad de redactar su opinión y reflexionar con absoluta libertad regido por un solo límite: su conocimiento. Se dice que el autor francés inició la redacción de estos textos luego de hacerse la pregunta: ¿quién soy? Este desafío intelectual lo llevó a consagrarse como uno de los autores más importantes en la literatura.

Algunos de los títulos de sus ensayos son: *De la tristeza, De cómo el alma descarga sus pasiones sobre objetos falsos cuando los verdaderos faltan, De la ociosidad, Castigo de la cobardía*.

Como verás, los temas que aborda son variados y, diríamos, curiosos. Es precisamente esta variedad y esta curiosidad lo que dota de importancia a sus escritos.

Sus temas, tan particulares, captan nuestra atención y nos generan interés por conocer qué tiene que decirnos sobre ellos. Es oportuno recordar ahora la frase de Albert Einstein: "No tengo ningún talento especial, solamente soy apasionadamente curioso". Podemos decir entonces que son la curiosidad y el rigor, a la hora de investigar y redactar, lo que nos convierte en buenos ensayistas.

Un ensayo es una creación, no hay duda, pero sobre todo es la elaboración de una opinión por escrito.

En México han cultivado el ensayo literario grandes escritores, como Octavio Paz, Gabriel Zaid, Cristina Rivera Garza, Verónica Gerber y Juan Villoro, entre otros. Debido a que se escriben ensayos sobre las más diversas materias o temas, puedes tener la certeza de que siempre encontrarás un autor afín a tus intereses.

7.4.1 Cualidades del ensayo

Especificidad y dosificación. Los ensayos son muy específicos en cuanto a lo que exponer. Si bien pueden tratar de cualquier tema, el ensayista procura seleccionar un solo ángulo desde el cual lo abordará. Ser específico brinda más posibilidades de ser original. La especificidad daña de importancia y originalidad al tema del ensayo. Para no extraviar la especificidad ni el ángulo desde el que se opina, es conveniente dosificar lo que se tiene que decir.

Imagina que te propones escribir un ensayo que titules *El sol*. ¡Vaya asunto! Podrás escribir de todo y de nada. Demasiado general. Tal vez encuentres más oportunidades de reflexiones originales, y más intrigantes para tus potenciales lectores, si lo titulas, por ejemplo:

- *El sol no nos matará: antes nos verá morir.*
- *El sol, la estrella de lo posible y lo imposible.*
- *El sol y la última contradicción.*

Si en el inicio del ensayo el autor presenta su idea principal sin contrastarla con otras, o sin ofrecer datos interesantes, podría desalentar la lectura. Y si, por el contrario, se reserva hasta el final la revelación de su idea principal, podría diluir la atención del lector. Para evitar el desinterés o el aburrimiento se deben presentar paulatinamente los elementos que refuerzan la idea principal del ensayo. Imagina una cadena de sorpresas.

Un ensayo es una exposición intelectual, ordenada e interesante y debe ser progresiva para que los lectores nos preguntemos: ¿y ahora qué tiene por descubrirnos? O algo más sencillo: ¿y qué sigue? El lector de un ensayo espera ir encontrando pistas que lo ayuden a descubrir y entender la aportación del ensayista y así sentirse vinculado con ella.

Por otra parte, evita explicaciones o rodeos excesivos. No te autosabotees. Si tú elegiste el ángulo desde el que propones analizar el tema, dale prioridad, sin distracciones.

Lo recomendable es entrelazar la exposición del tema con la aportación del ensayista para que el lector avance en paralelo con la información y con la opinión.

Ten presente esta premisa: es mejor decir mucho de poco, que poco de mucho.

De este modo serás específico y te esforzarás por clasificar lo que tienes que decir.

Interés. Hay personas que se han predisposto con los ensayos porque los perciben como textos rígidos o demasiado formales y en consecuencia rehuyen su lectura y más aún su escritura. Pero el ensayo no tiene por qué ser aburrido. Por el contrario, hay muchos buenos ensayos que son muy interesantes y entretenidos.

En el mundo audiovisual podemos compararlos con los documentales: son entretenimiento intelectual, incluso emotivo. Su función es muchas veces didáctica, y un camino para lograr su propósito es ofrecer al lector entretenimiento, goce estético y recreación.

7.4.2 Tipos de ensayo

7.4.2.1 Ensayo académico

Es el tipo de ensayo que más se solicita en las universidades para evaluar a los alumnos. Y ello por varias razones: porque mediante estos escritos el maestro puede hacerse una idea clara del nivel de comprensión que un alumno tiene respecto de un tema; porque en ellos el estudiante ejerce su capacidad argumentativa; porque para elaborarlos es necesario buscar y emplear citas adecuadas para respaldar la tesis del alumno, que es una forma de hacerse de un marco teórico; y porque pueden escribirse ensayos académicos sobre cualquier rama de estudio.

Dentro de las características del ensayo están:

- Utiliza un lenguaje formal.
- Se escribe en voz neutra, impersonal. Esta neutralidad otorga a quien escribe a centrar la fuerza de su texto en argumentos, citas y contenidos más que en su involucramiento. En estos ensayos carece de validez académica recurrir a expresiones como "Me gusta", "De niño siempre me atrajo el tema de...", etc. La emoción que liga a un autor con su tema de estudio no debe mostrarse mediante la "declaración emotiva", sino a través de la emoción que el propio texto transmite.
- Sobre la estructura, las partes del ensayo académico son las que ya conoces: introducción, desarrollo y conclusión. A estas tres debes sumarle una indispensable al final: la bibliografía, que es el conjunto de las fuentes de las citas o referencias que el ensayista ha empleado. De carecer de bibliografía, el texto podría ser desacreditado académicamente. Saber citar es un requisito obligatorio en este ámbito.

7.4.2.2 Ensayo científico

En cuestión de forma, el ensayo científico:

- Utiliza un lenguaje formal. De no tratarse de un ensayo dirigido a especialistas, el texto debe ser comprensible, potencialmente, para todos los lectores.
- Se escribe en primera persona, ya que se trata de aportar una opinión o visión sobre algún conocimiento, avance, hito, resultados de un estudio, etc.
- Como todos los ensayos, el científico cuenta con introducción, desarrollo y conclusión. No es indispensable separar estas partes en el cuerpo del ensayo, sino que deben ser percibidas por el lector en el transcurso de su lectura.

El ensayo científico puede originarse en una larga planeación o bien surgir de

manera sorpresiva, incluso para su autor. Newton vio caer una manzana y no vio una manzana cayendo sino un suceso del que derivó uno de los mayores descubrimientos de la física. El ensayista, como Newton, percibe el mundo y analiza sus situaciones más ordinarias y a partir de ellas descubre conceptos novedosos e interesantes (no siempre tan trascendentales como los que rigen a los cuerpos en el universo).

Una vez realizado el *hallazgo* (la aportación que el ensayista quiere poner por escrito), le sigue la corroboración de datos, la búsqueda de antecedentes, las posibles derivaciones y, desde luego, la confirmación del carácter novedoso e innovador de la idea inicial, lo que es muy importante porque en el ámbito científico es censurable anunciar como novedoso algo que ya no lo es o que incluso ya se ha descartado.

Para recapitular: el autor del ensayo científico percibe y estudia aspectos de la realidad (lo objetivo) para después, desde su mirada (lo subjetivo), realizar una proposición intelectual que deberá desarrollar (estudiar), defender y argumentar.

7.4.2.3 Ensayo literario

Es el que más libertades permite en cuanto a su forma, estructura y lenguaje. Normalmente se escribe un ensayo literario cuando ya se cuenta con una experiencia en la redacción en general y en la elaboración de ensayos académicos.

Desde luego, no se trata de un requisito, sino de una ventaja. Escribir ensayos académicos ayuda a leer con atención y comprensión, captar lo esencial, analizar, sintetizar y procesar la información para construir un punto de vista.

Esto es lo que tendrás que hacer al redactar un ensayo literario, pero con más libertad, con mayor exigencia y con más originalidad. Se trata de un motivante desafío.

El ensayo literario es más personal. Pones en juego tu forma de observar, tu capacidad de análisis y de reflexión, tu entusiasmo, tu potencial creativo y tu compromiso con las cualidades estéticas del texto. Como dice Rodrigo Alberto Montera: el ensayo literario es la estilización de las obsesiones.

En este tipo de ensayo es posible prescindir de la estructura clásica de tres partes: introducción, desarrollo y conclusión. Y por ello, precisamente, es más difícil erigir y sostener, en el plano narrativo, el cuerpo del texto, así que al principio no es recomendable que abandones la estructura clásica, al menos no en tus primeros ensayos literarios. Despues si, aventúrate a crear otras estructuras.

En lo que respecta al lenguaje, procura que sea elegante y fluido. Recuerda: oraciones bien construidas e hilvanadas; párrafos sólidos y en movimiento, en pos del avance de las ideas hasta llegar a la meta. Se puede emplear primera, segunda y tercera persona, siempre y cuando su uso esté justificado y favorezca al conjunto de la pieza.

Te ayudará leer a los ensayistas mexicanos mencionados y, desde luego, a otros que vayas descubriendo.

Debido a que al leer un ensayo buscamos aumentar nuestro espectro de conocimiento, cuando escribas uno tendrás la gran oportunidad, como Michel de Montaigne, de descubrir cuánto es lo que sabes... y multiplicarlo al compartirlo.

7.4.2.4 Ensayo periodístico

Este ensayo se caracteriza por tratar un tema de actualidad y de interés público. Si en uno literario puedes elegir temas como *Cambiar llantas sin tocar el suelo*; *Las torres de Notre Dame son contra incendios*; o *De tanto andar ya no puedo ver atrás*, en los periodísticos los temas estén más asociados a la agenda pública de actualidad, presente en los medios tradicionales o en las redes. Se trata de temas candentes, cuya complejidad y cercanía suelen crear capas de niebla y que, por tanto, requieren de alguien que se detenga un poco más de lo que lo hace un articulista o un columnista, alguien que diga: me voy a tardar más; pero procuraré ver con más fondo y claridad.

Se pueden hacer, así, análisis sobre procesos electorales, la evolución de la violencia, la comercialización de los deportes, la vulneración de los derechos humanos en las detenciones, la transmigración de africanos en México.

El ensayo periodístico tiene mayor libertad que un ensayo académico o científico en cuanto estructura, pero menor libertad que el literario en cuanto a su apego a hechos concretos, sobre los cuales edifica su opinión.

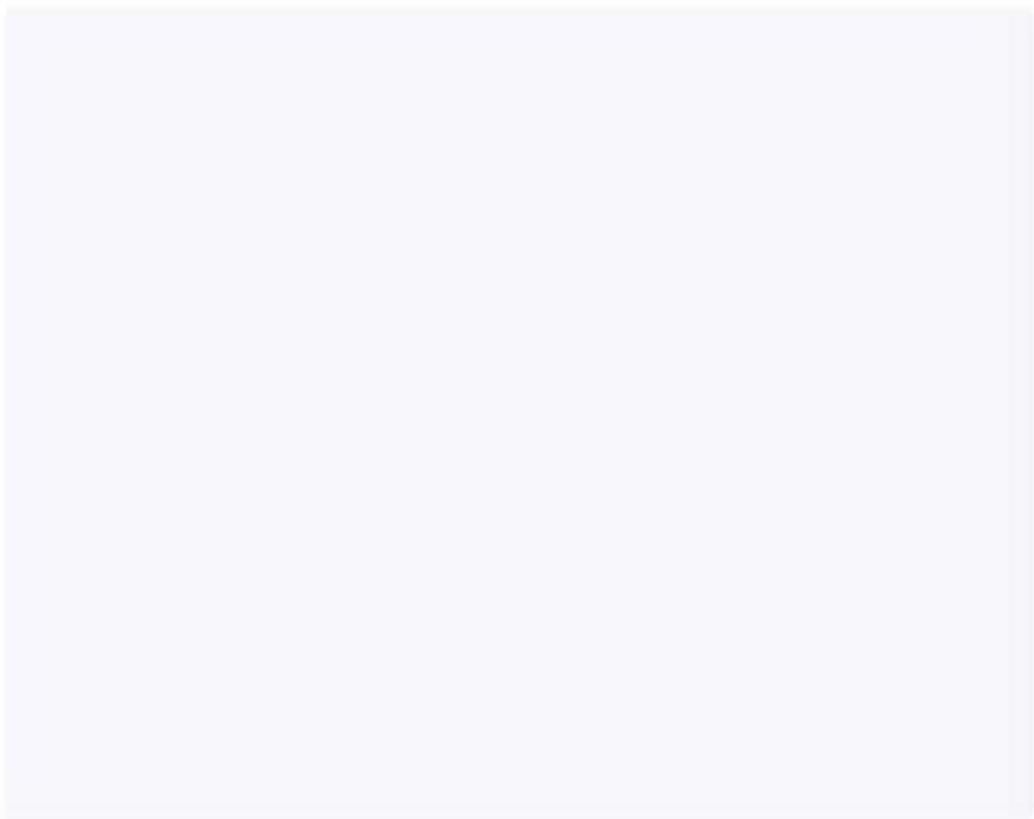


GUÍA DE ACCIÓN

Escribe el inicio de tres tipos de ensayos distintos:

- Uno literario en el que el tema sea el mar.
- Uno académico con el título: La curiosidad de Einstein.
- Y un tercero, de carácter académico, cuyo tema tú elegirás.

Cada uno de los inicios deberá constar de tres párrafos. El propósito de este ejercicio es que trabajes en la herramienta más valiosa del ensayista: encontrar el ángulo desde el que desarrollarás y expondrás tu opinión, es decir, hallar la originalidad.



■ 7.5 Propuesta

La propuesta puede ser uno de los documentos más importantes de tu vida profesional. Consiste en exponer un proyecto por escrito para que una persona, una empresa o una entidad de gobierno lo acepte, lo respalde o lo contrate.

Imagina que te diriges a una fundación que financia proyectos a fin de obtener su respaldo para desarrollar una investigación o una iniciativa cultural, prestar un servicio humanitario o construir un hospital; o tal vez lo que quieras es proponer a una empresa la producción en serie de un invento o el desarrollo de una idea innovadora. También puede ser que estés ofreciendo tus servicios a una entidad de gobierno para brindarle capacitación o un modelo que transforme la prestación de un servicio.

En fin, que aprender a presentar propuestas puede cambiar tu vida y, de ser el caso, la de miles de personas que se verán beneficiadas si tú tienes acceso a financiamiento o a una oportunidad para cambiar un proceso. Son innumerables las circunstancias que puedes resolver mediante la elaboración de una propuesta bien hecha.

¿Qué es una propuesta bien hecha? Aquella que por su claridad, su concisión y sus beneficios convence a las personas clave de una organización a apoyarla, ya sea financiéndola o incorporándola a su programa de innovación, por ejemplo.

Puedes tener un gran nuevo producto, o una iniciativa generosa socialmente o una idea que aportará valor a tu ciudad. Su éxito quizás dependa de tu capacidad para entusiasmar a otros de respaldarla. Es entonces cuando tendrás a la mano las recomendaciones de este apartado.

Los pasos previos son los siguientes:

- Tienes una idea, un proyecto o un servicio desarrollado o con avance de desarrollo.
- Has investigado ya y conoces los requisitos que establece una fundación para recibir y analizar propuestas, o qué dependencia del gobierno es la indicada para recibir tu idea y, en su caso, aceptarla. Y ya sabes quién es la persona adecuada, y qué cargo tiene, para enviarle tu proyecto.

Si ya cuentas con estas dos condiciones, entonces es momento de redactar una propuesta capaz de llamar la atención y convencer de sus beneficios, esto es, hacer que tu destinatario crea en el proyecto. Lo que sigue es hacer una propuesta clara, concisa, atractiva, ganadora.

7.5.1 El trabajo previo a la elaboración de la propuesta

Antes de empezar a redactar el documento, procura tener claras tus ideas. Para saber si son ya suficientemente claras, escribe de forma breve lo siguiente:

La propuesta consiste en:

Un programa de capacitación para mandos medios que puede aumentar la productividad en 20% en seis meses.

El problema que soluciona es:

La empresa X ha desarrollado infraestructura, tecnología y mercados; toca ahora fortalecer sus mecanismos de mandos medios, comunicación y supervisión para alcanzar el liderazgo en su ramo.

El objetivo que se logrará:

Incrementar la productividad en un rango de entre 10 y 20% en seis meses.

Entregables:

Un manual de comunicación interna y uno de supervisión.

El esquema:

Una representación gráfica de cómo incidirá la capacitación en los resultados globales de la empresa.

Las objeciones:

Prevé lo que pueden argumentar los destinatarios para resistirse a tu propuesta, por ejemplo: no tenemos presupuesto, nuestro problema no es de capacitación; ya lo intentamos el año pasado; por ahora tenemos otras prioridades. Bosqueja lo que puedes decir al respecto para argumentar a favor de tu oferta, sin descalificar las objeciones (a nadie le gusta que le digan que está equivocado). Solo es para tenerlas listas y, en su caso, adelantarte e incluir las respuestas en tu propuesta.

Qué resultados puedo ofrecer y en su caso garantizar:

Los mandos medios contarán con habilidades y recursos sistematizados para mejorar la comunicación y la supervisión; las áreas dispondrán de manuales para regir su operación; habrá observaciones y soluciones homogéneas.

Programa/calendario:

La capacitación que ofrezco tiene una duración de tres meses, más tres meses de acompañamiento para la implementación del sistema de comunicación y de supervisión. El máximo de participantes es de 15 personas. Haz un cronograma preliminar.

El presupuesto:

Elabora una cotización o propuesta económica preliminar.

Quién soy (o quiénes somos):

Describe tu preparación, especialización, experiencia, socios, casos de éxito.

Nombre de la propuesta:

Encuentra un nombre corto y convincente, por ejemplo: Comunicación y supervisión, camino a la productividad. O solo: Camino a la productividad. O Cómo hacer más comunicando mejor.

Hacer este trabajo previo es muy importante por varias razones:

- Te darás cuenta de aquello que tienes claro y lo que no (y lo aclararás).
- Contarás con un insumo básico que te será de mucha utilidad al momento de redactar la propuesta formal.
- Y harás este avance sin preocuparte de la estructura del documento. Es como si llenaras cuadritos con información sustancial que te dará mucha claridad al hacer la propuesta.

Ahora estás listo para redactar el documento final. Para ello, ten presente:

- Te dirigirás a la razón y a la emoción de tu destinatario.
- Lo que importa es convencer, persuadir, entusiasmar.
- Eres un cferente de soluciones.
- No te angusties por una eventual negativa. Está dentro de las posibles respuestas.
- Pero trabaja para que la respuesta sea positiva.
- El documento debe ser breve; puede ser de una hoja, de dos, de tres, pero te sugerimos que no sea de más de cinco.

Y ahora una estructura básica:

- Carta de presentación
- Resumen
- Introducción
- Propuesta
 - Título
 - El proyecto, servicio o producto: qué aporta, qué resuelve
 - Objetivo

- La solución (descripción y esquema)
- Métodos, rutas, procedimientos
- Evaluación o indicadores de resultados (cómo se medirá la efectividad, el avance, el costo/beneficio...)
- Propuesta económica
- Conclusión
- Agradecimiento y cierra

Y, desde luego, revisa, corrige, edita. Tienes que mostrarte cuidadoso y pulcro, puesto que aspiras a merecer la confianza de la persona e institución a la que presentas tu propuesta.



GUÍA DE ACCIÓN

Elabora una propuesta sobre un tema o problema que hayas tratado en esta obra.



■ 7.6 Curriculum vitae

El *curriculum vitae* es la puerta a una entrevista de trabajo, que a su vez puede darte acceso a una oportunidad de desarrollo profesional. Por cierto, ¿cómo hay que escribir esta expresión, con acento o sin acento? Sin acento cuando escribamos *curriculum vitae* (porque es una expresión latina; por cierto, en latín significa carrera de vida) y con acento cuando solo pongamos *curriculum*, en cuyo caso la estaremos castellanizando.

El currículum o curriculum vitae concentra la información relevante de la trayectoria de una persona, sobre todo con vistas a la obtención de un empleo.

Para ello contiene los datos personales, la ruta académica, la experiencia profesional y, en algunos casos, las habilidades y características de la persona, incluso sus expectativas de crecimiento y realización laboral.

Si elaboras bien tu currículum, tendrás más posibilidades de que se te llame al siguiente paso en el proceso de contratación: la entrevista de trabajo.

En el currículum dices quién eres, qué has hecho y qué puedes hacer. Esos bastaría, pero ocurre que el empleador recibe otros veinte, treinta o cien documentos similares. Si hay tanto documento parecido, ¿cómo llamar la atención y generar interés? Presentando un currículum impecable en cuanto a su forma, prometedor en cuanto a su contenido, y diferente en cuanto a su enfoque. En cierto sentido, debes hacer un currículum memorable, porque lo que tienes que lograr es distinguirte, presentarte como una verdadera opción y ser incluido en la lista de aquellos a los que se invitará a platicar de frente.

Si eres un diseñador, tal vez tengas ideas y recursos para crear un currículum atractivo y original visualmente. Si no lo eres, es mejor que no te compliques y que no pienses en innovar el arte del diseño con un documento insólito. Será como quieras hacerlo, pero nuestra recomendación es que optes por lo sencillo y elegante.

Si quieres hazlo en un archivo de Word, tal cual, o si lo prefieres busca alguna plantilla en Internet, una que te convenza y que refleje tu forma de hacer documentos. Abundan las plantillas, así es que seguramente encontrarás una que te agrade.

Básicamente, un currículum consta de:

- Datos personales
- Estudios, preparación o trayectoria académica
- Experiencia profesional

Ahora bien, hay personas que prefieren (o bien hay circunstancias que obligan a) agregar otros apartados, por ejemplo:

- Carta de presentación
- Resumen
- Introducción
- Currículum
 - Datos personales
 - Preparación académica
 - Experiencia profesional
 - Formación e intereses adicionales
 - Disponibilidad y compromiso

Vamos a hacer un recorrido por esta estructura para ofrecerte algunas recomendaciones de cómo proporcionar la información mencionada, en el entendido de que tú decidirás en cada circunstancia si haces un currículum con todos o con algunos de estos apartados. Desde luego, lo que no puede faltar son los datos personales, la preparación académica y la experiencia profesional.

7.6.1 Cómo hacer un *curriculum vitae*

7.6.1.1 Carta de presentación

Este documento debe ser de una página, de entre dos y cuatro párrafos. La estructura de esta carta tú la determinas, y quizás después de hacer tres o cuatro encuentres el guion que te convenga. Por ahora te sugerimos la siguiente estructura:

- a) Te presentas, dices que te has enterado de la convocatoria y que estás interesado.
- b) Das uno o dos elementos relevantes de tu trayectoria. No más. No disperses la atención del lector y no intentes suplir al documento completo (si es el caso, procura vincular con elegancia tu trayectoria con la necesidad expresa del empleador).
- c) Si te parece conveniente, das un dato adicional (que no viene en el currículum), por ejemplo que tienes disponibilidad a partir de tal fecha, o que acabas de concluir un doctorado y estás regresando al país.
- d) Agradeces y te despides.

Esta carta, cuya pertinencia te tocará a ti valorar en cada caso, te permitirá una redacción más personal, que no es recomendable para el currículum, y agregar información que no podrías colocar de otra forma.

Se requiere, desde luego, una carta bien escrita, así como bien presentada, visualmente limpia. Cuando la escribas evita la tentación de poner más y más información. Ni es posible ni es recomendable.

7.6.1.2 Resumen

Algunas personas optan por empezar con un resumen del currículum o bien algunas empresas piden que el currículum incluya este resumen. En todo caso, si vas a escribir un resumen procura que aporte valor al documento, no que le reste agilidad. Puedes escribirlo en primera o en tercera persona, lo que prefieras.

La idea es que este resumen sea tan sustancioso que lleve al seleccionador a leer el currículum completo, o bien, a apuntarte como candidato al puesto solo por el resumen mismo. Así, escribes, por ejemplo:

Soy Nicanor Sarabia, contador con especialidad en grandes contribuyentes. Tengo ocho años de experiencia, cinco en el sector público y tres en el sector privado. En 2019 publiqué el libro *Empresas sanas, responsabilidad fiscal*, Editorial CPPN. Cuento con una maestría en derecho fiscal y otra en servicio de calidad a la empresa, impartidas por la UAD. Invariablemente, estoy al día en materia fiscal. Mi compromiso laboral es trabajo impecable, dedicación y lealtad.

Como puedes advertir, la idea es aportar información de valor, no autopromocionarte con adjetivos o de manera retórica.

Hay que destacar que en algunos casos puede ser recomendable escribir la carta de presentación y el resumen, siempre que no se enciñen o se repitan. También se puede optar solo por uno.

7.6.1.3 Introducción

La introducción puede cumplir las funciones de la carta y del resumen, aunque se puede decidir entregar la carta, el resumen y la introducción. Lo importante es que sus contenidos no se repitan o estorben, sino que sumen información y se potencien uno a otro para ganar el interés del reclutador. La introducción debe contener información valiosa y que abone a tu causa, pero no de manera evidente, artificiosa o exagerada.

A diferencia de la carta de presentación y del resumen, la introducción debe ser menos personal y más formal. Puede decirse que la carta y el resumen son documentos adicionales al currículum, en tanto que la introducción ya forma parte del currículum.

7.6.1.4 Currículum o cuerpo central del documento

Datos personales

Título o grado académico

Aunque no todas las personas ponen un título y prefieren solo escribir ***Curriculum vitae*** de Alma Zaragoza Ruiz, es conveniente agregar, por ejemplo: administradora de empresas con especialidad en recursos humanos y una experiencia de trece años. Quizá estés de acuerdo en que este agregado puede ser efectivo.

Nombre: (completo)

Edad: preferentemente en años y no con tu fecha de nacimiento.

Contacto: una o más vías, por ejemplo, teléfono, celular, correo electrónico, página web.

Dirección: puedes poner tu dirección completa o únicamente la ciudad de residencia.

Fecha de elaboración o actualización: es importante que se vea que el currículum está actualizado.

Foto: siquieres o si tienes que hacerlo en términos de la convocatoria de empleo, a un lado de tus datos personales coloca una fotografía en la que te veas formal, confiable. Desde luego, debe ser reciente y con fondo blanco.

Preparación

Haz una relación de tus estudios universitarios; no es necesario ni conveniente incluir datos de estudios básicos o preparatorios. En cuanto al orden, puedes optar por presentar tus grados académicos de manera cronológica, conforme los fuiste alcanzando. Sin embargo, es más recomendable, por ejemplo, colocar en primer lugar tu doctorado y luego tu maestría y finalmente tu licenciatura. En todo caso, escribe el nombre del grado alcanzado, la institución académica y el periodo de estudio.

En este apartado se trata de incluir estudios reconocidos por una institución, por lo que resiste la tentación de poner que por tu cuenta has estudiado tales materias o disciplinas o que cuentas con tales habilidades. Siquieres decir algo al respecto, lo adecuado puede ser informar de ello en el apartado de Formación e Intereses adicionales (si es que te parece oportuno agregar ese apartado).

Experiencia profesional

Al presentar la información de tu experiencia profesional, puedes hacerlo básicamente eligiendo el orden que te parezca mejor:

- **Orden cronológico.** Colocas la información desde tu primer empleo hasta el más reciente. Al lado derecho ve indicando las fechas de cada periodo laboral.
- **Cronológico inverso.** Emplezas por tu empleo u ocupación más reciente y sigues en ese orden hasta concluir con tu primer trabajo. Este orden tiene la ventaja de que tu posible empleador vea directamente tu más reciente empleo, que con seguridad le interesa más que el primero (porque ya ha pasado el tiempo y porque normalmente empezamos nuestra vida laboral con una posición modesta). A menos que por alguna causa prefieras el orden cronológico, en general es más recomendable el cronológico inverso.
- **Funcional.** En este tipo de currículum la colocación de la información se hace por ramas o áreas de actividad o por sector. Por ejemplo, separas lo que has hecho en Periodismo, en Comunicación gubernamental y en Relaciones públicas. A cada una le asignas un bloque. Son tres ramas vinculadas y, sin embargo, diferentes, diríase complementarias, lo que puede resultar muy interesante para el empleador si está buscando a alguien que desde la empresa se haga cargo de la relación con los medios de comunicación. Mediante la separación de estas experiencias, haces que cada una luzca. Pondrias, por ejemplo:

Experiencia profesional:

- Periodismo;
- Comunicación gubernamental;
- Relaciones públicas;

Al margen del orden que elijas, recuerda que en todas tus experiencias laborales pondrás: empresa, cargo, funciones, fechas. Es muy recomendable dedicar un espacio para logros. Por ejemplo:

Empresa: Universidad DRA.

Cargo: Subdirector académico.

Funciones: supervisión de cumplimiento de plan de estudios; atención, apoyo y seguimiento de maestros; reclutamiento de docentes.

Logros: durante los cinco años que tuve esta responsabilidad, reestructuré el plan de estudios de 10 licenciaturas y gestioné la autorización de la SEP.

No infles tus logros y no los demerites: describelos bien, nada más.

Si estás comenzando tu vida laboral, puedes sentirte abrumado porque crees que no tienes nada que poner en tu currículum, sencillamente porque no tienes currículum. No te preocupes, pon lo que puedas poner: que ganaste un concurso de literatura en el sexto semestre; que hiciste tu servicio social en la Dirección General de Cinematografía, o que colaboraste en la redacción de tal artículo científico y tienes tu crédito. No te afijas, siempre hay algo que poner. Y sin mentir.

Ahora bien, como estás siguiendo este curso en tu primer año de carrera, desde ahora puedes plantearle que dentro de tres o cuatro años cuando tengas que presentar un currículum tú te harás cargo de que para entonces ya tendrás trayectoria, logros, trabajos desempeñados, publicaciones, en fin, algo interesante que poner. Si te lo propones desde ahora, asumirás que así será y buscarás o aprovecharás oportunidades y no se lo dejarás a la inercia. En muchos sentidos, será bueno para ti y tu trayectoria.

7.6.1.5 Formaciones adicionales e intereses

Si te parece pertinente, agrega un apartado con este nombre para dejar sentado en dos o tres párrafos qué otra formación tienes, que no necesariamente es curricular, pero que si revela o complementa la respuesta a la pregunta de Quién eres. Por ejemplo, si estudiaste o estudias yoga; si tomaste un diplomado sobre "Controla tus reacciones en beneficio de tu comunidad", o si fuiste campeón de natación en la adolescencia, etc. En este apartado también puedes poner tus acciones de voluntariado, prácticas, becas, ensayos escritos...

7.6.2 Recomendaciones generales

- a) Existe la opción de que escribes tu currículum en función del puesto al que aspiras. Poni el acento en aquello que fortalezca tu candidatura. Por ejemplo, si vas tras una oportunidad como editor de un medio informativo, dale preferencia a tu experiencia y habilidades en redacción, conocimiento del lenguaje, colaboraciones en revistas impresas o digitales, aun cuando también tengas experiencia en administración. En su caso, puedes cambiar este énfasis si lo que estás buscando es un puesto administrativo. Esto es particularmente aplicable cuando estés haciendo tu currículum para cubrir un puesto en un proyecto específico. Claro, en primer lugar tienes que oír la voz de tu preferencia profesional para optar a uno u otro puesto, pero ese es, digamos, otro tema.

- b) Ve al grano. Al elaborar tu currículum, no des rodeos ni escribas de más. No hay que ser parco, pero si preciso y directo. Tal vez la persona que lea tu documento tenga que leer otros veinte, así es que ayúdale y ayúdate.
- c) Si tu currículum estará en competencia con otra docena, procura ser memorable, recordable. Por el color de tu folíder, por el tipo de letra, por el diseño, por frases originales, por apuntes reveladores. Desde luego, en el uso de uno o varios de estos recursos deberá prevalecer el buen gusto y la pertinencia. No se trata de distinguirse solo por distinguirse, sino hacerlo mediante elementos que robustezcan tu postulación.
- d) Llama la atención y genera interés. No te esperes a la página tres para decir lo más interesante de tu candidatura. Si es posible, empieza por allí. En algunas búsquedas de personal, por ejemplo, es probable que lo más importante sea el dominio del Inglés, entonces, si es el caso, ponlo desde la primera hoja. Levanta la mano desde el principio.
- e) Presenta un documento limpio, ordenado, claro. Tu currículum hablará por ti. Envialo bien preparado para que se defienda y se promueva solo. Ya tendrás oportunidad de hacer algo personalmente en la entrevista, pero esta solo se realizará si antes tu documento obtiene esa ocasión para ti.
- f) Dedica tiempo a la forma. Pon atención al tipo y tamaño de letra, a los espacios, a que no se corte un párrafo al final de la hoja y, en fin, a que sea un documento agradable y de fácil lectura.
- g) Preferentemente, escribe en tercera persona.
- h) Recuerda: no infles, no exageres; no demerites, no minimices.
- i) Ten presente: no es un libro. Es la síntesis de lo que has hecho. Es mejor una hoja con información sustantiva y no cinco con grandes espacios o con información irrelevante. Ahora bien, si tienes un currículum que requiera cinco páginas y que se sostenga, adelante. En general, piensa escribir un documento concreto, que avance, que te represente bien.

Y otra reflexión: a veces, cuando estamos haciendo nuestro currículum, nos angustiamos al ver que hay poco que decir. En ese momento es posible que logres estirar tu trayectoria un poco, pero nada más. Así es que recuerda: un currículum no se crea cuando se escribe, sino cuando se vive. ¿Quieres poner más? Haz más.

Dos consideraciones complementarias:

- La primera: también puedes presentar tu currículum en un video. Es un desafío diferente, claro. Tiene la ventaja de que estás allí, mostrando lo que sabes, cómo te expresas, qué tanta confianza tienes en ti, todo lo cual se nos puede revertir si no lo hacemos bien, en cuyo caso mostrarte es una desventaja. Si te lo piden o simplemente si prefieres hacerlo, hazlo bien, pero a la vez recuerda que no hay video perfecto, así es que no te obsesiones. Eso sí, procura que los primeros segundos alienten al receptor a verlo hasta el final. Ten presente que el video no dure más de tres minutos.
- La segunda: cuando estés en busca de una oportunidad, recuerda que en la web hay portales de búsqueda de empleo y de redes profesionales. Siempre serán una opción.

Pero permítenos decirte algo que esperamos sea de gran valor para ti y tu trayectoria: no hay nada como cuando alguien (un maestro, una compañera, un primer

empleado) te conoce y sabe cómo trabajas. Todo mundo aprecia a un buen colaborador, así es que aplícate. La persona que vea tu trabajo te abrirá más espacios o te recomendará con entusiasmo. El mejor currículum es el que escribes en el aprecio y la memoria de quienes coinciden contigo en el trabajo, sea como jefes, compañeros o colaboradores.



GUÍA DE ACCIÓN

Elabora tu currículum y entéregalo a tu profesor.

■ 7.7 El oficio

Los oficios son escritos oficiales. La persona que firma un oficio lo hace en función del cargo que ocupa dentro de una organización.

Aunque se usan más en el ámbito de las entidades públicas, también son una forma de comunicación oficial en las empresas o instituciones privadas. Por medio de un oficio se transmite información, instrucciones, peticiones, avisos, disposiciones.

Cuando un oficio se dirige a un miembro de la misma organización, se le llama oficio interior, y cuando el destinatario es alguien externo se le denomina oficio exterior.

El oficio puede ser vertical, como cuando un directivo le escribe a otro de menor jerarquía en la organización (vertical descendente) o cuando este se dirige a aquel (vertical ascendente). También puede ser horizontal, cuando se trata de comunicaciones entre pares.

Es evidente que la comunicación personal, organizacional, institucional e interinstitucional se ha renovado en gran medida con los avances tecnológicos. Los usos se han modificado ante la proliferación de mensajes digitales, redes sociales y correo electrónico, medios que concentran una enorme proporción de la comunicación.

A pesar de ello, los oficios siguen vigentes, especialmente porque su carácter oficial les da un valor incuestionable. Un directivo puede demostrar que tomó una provisión oportunamente, en tanto que un operativo pueda probar, de ser necesario, que hizo algo siguiendo instrucciones, y uno más podrá comprobar que reenvió tal documento oportunamente. El oficio clarifica y hace constatable la comunicación y, eventualmente, ayuda a identificar méritos y culpas.

Los oficios, además de cumplir su función en el ir y venir de comunicaciones estratégicas y operativas, son testimonio, historia, archivo e incluso prueba válida en tribunales.

A veces, los oficios deben escribirse de prisa, pero tal exigencia no releva a nadie de la responsabilidad que implican. Sin angustias que no vienen al caso, hay que tomar en serio la tarea de redactar un oficio.

7.7.1 Cómo redactar un oficio

Puesto que es una comunicación oficial, el oficio debe cubrir ciertas formas y respetar una estructura. Lo primero es utilizar hojas membretadas. Los elementos de un oficio son los siguientes:

- **Lugar y fecha.** Es posible que al escribir un oficio parezca irrelevante fecharlo y ubicar la ciudad desde la que se emite, pero es importante. Tal vez pasado mañana o el mes que entra la fecha y/o el lugar resultarán determinantes para deslindar responsabilidades o para hacer un reconocimiento o una llamada de atención, para saber si se envió a tiempo (aquí es significativo también el acuse de recibo) o si se incurrió en un retraso. Así es que siempre pon fecha y lugar.
- **Numeración.** Este elemento sirve para identificar de manera rápida y práctica el oficio en cuestión, lo que será más útil en tanto más oficios emita un departamento, dependencia o institución. Si, por ejemplo, cuando se está buscando un oficio del cual no se sabe la razón de su extravío alguien pregunta: ¿De qué oficio hablamos? Una respuesta puede ser: Del que le enviamos a la DGA el miércoles 30 de marzo, sobre los contenedores que es necesario mover antes del 15 de abril al patio de ensamble para liberar los espacios de descarga. Otra forma de contestar es: Nos estamos refiriendo al del GGP/089/19.
- El número o clave de un oficio es su nombre propio. Normalmente se compone de letras y números. Las letras reproducen las siglas de la Institución o dependencia y los números avanzan de manera consecutiva. Así, un oficio de la Subdirección de Bienes Muebles, de la Dirección de Recursos Materiales, podría llamarse así: DRM/SBM, en alusión a las siglas de ambas instancias. Su primer apellido sería el número consecutivo y el segundo el año o los dos últimos dígitos del año: DRM/SBM/015/20.
- **Destinatario.** Este elemento consta, al menos, de lo siguiente:
 - El nombre de la persona a la que va dirigido el oficio.
 - El cargo de la persona.
 - El nombre de la organización.

En ocasiones se agrega "Atención:". Por ejemplo:

Ing. Juan Alberto Santos Martínez
Gerente de Producción
Petróleos Mexicanos
Atención: Elvira Ramírez Castañeda

Normalmente es el destinatario quien propone al emisor que marque esta Atención a una persona de su confianza. En el caso de una relación frecuente y cuando esta práctica ha sido aceptada, el emisor sabe que quien verá el asunto es la persona cuyo nombre se indica en el espacio de Atención.

- **Asunto o resumen.** Este elemento ayuda a identificar rápidamente de qué asunto se trata o bien, el enfoque o el núcleo del oficio:

Regularmente se escribe cargado al margen derecho:

ASUNTO: Primera Feria de Empleo Urbano, 2020

O es posible que prefieras precisar más, por ejemplo:

ASUNTO: Petición de apoyo logístico para la Feria de Empleo Urbano, 2020

O más específico:

ASUNTO: Solicitud de montaje de escenario
para inauguración de Feria de Empleo Urbano, 2020

- **Cuerpo.** Este es el elemento central del oficio. Se expone tema y se informa; se expone tema y se solicita; se expone tema y se dan instrucciones. Un oficio no es un discurso ni una ocasión para ir de paseo. El oficio es directo, lo que no significa que deba ser tacán o des cortés. Por el contrario, la cortesía es condición de un buen oficio (aunque ocasionalmente alguien pueda sentirse muy satisfecho de haberle dicho "sus verdades" a otro). Un ejemplo:

Primer párrafo

En virtud del cambio de administración y con el propósito de fortalecer las previsiones y acciones en materia de protección civil en las instalaciones de esta institución, le envío las nuevas disposiciones en esta materia.

Segundo párrafo

Agradeceré a usted recabar la firma de cada uno de sus colaboradores para hacer constar que han recibido un ejemplar de estas disposiciones, contenidas en el tríptico: Más prevención, más protección.

Según sea necesario o conveniente, se puede complementar con alguna información relevante. Por ejemplo:

En caso de requerir más ejemplares para áreas de visitantes, puede llamar a Antonio Sarabia, extensión 7635.

O el complemento puede ser la mención de una consecuencia:

De no tomarse las medidas preventivas asentadas en estas disposiciones, la persona responsable de cada lugar de trabajo se hará acreedora a una llamada de atención y, de prevalecer la irregularidad, se dará vista a la Dirección de Personal.

- **Despedida.** Decimos hasta pronto, como cuando estamos con alguien y se va o nos vamos. Si te sientes cómodo con ello, puedes utilizar las frases de siempre, algunas ya conocidas, otras desgastadas, o tal vez preferas usar frases menos conocidas y más frescas. Como decías. Eso sí, expresa agradecimiento y despide con cortesía.
- **Firma.** Ya sabes: nombre, cargo y firma.
- **Ccp.** Estas iniciales significan "Con Copia Para" y se agregan en caso de que, en efecto, además del destinatario principal, te resulte necesario o conveniente informar a una o varias personas de lo que se está comunicando al destinatario.
- **Anexo.** En caso de que anexes uno o varios documentos, aquí apuntas el nombre de estos para indicar que van adjuntos al oficio.

Cuando los oficios se manejen en papel, es necesario que la persona que los lleva solicite a quien lo reciba el acuse correspondiente, incluyendo su nombre y firma, así como fecha y hora.

7.7.2 Cómo debe ser un oficio

- **Claro.** Recuerda: autonomía de comprensión. Si no es claro, si requiere de explicación, sencillamente no sirve.
- **Completo por sí mismo.** Aun cuando un oficio vaya siguiendo un proceso, debe ser completo, sin lagunas para el receptor.
- **Breve.** Está dicho: no es un discurso. Hay que aplicar el principio de economía del lenguaje. Cada palabra debe ganarse su lugar.
- **Útil.** Si no lo es, no requiere ser escrito.
- **Oportuno.** Si se emite tarde, es inútil.
- **Cortés.** Por más que aborde un asunto difícil o transmita una instrucción severa para el destinatario, debe seguir normas generales de cortesía.

Siempre que escribes un oficio, revisalo. Ya lo sabes, pero insistiremos en ello: revisa, corrige, mejora.



©Photographer: iStockphoto Stock

Bernardo López Torres
Gerente de producción
Soluciones Creativas

Ciudad de México, 25 de septiembre de 2020

GP/SC/058/20

Asunto: Solicitud de recuperación
de inventarios y de traslado de
costos a Gerencia de Compras

C.P. Rogelio Tinajero
Gerente de Compras
Soluciones Creativas S.A.
Atención: Carlos González

El 4 de septiembre del presente, usted informó a esta Gerencia del retraso que se tendría en la recepción de material indispensable en nuestros procesos de producción (anexo lista).

Aun cuando nos aseguró en aquella ocasión que el retraso se subsanaría en la semana siguiente, luego de 21 días ese retraso sigue reflejándose en nuestros inventarios, lo que supone costos adicionales en la producción, los cuales, nos informa la Gerencia de Administración, serán cargados al presupuesto de esta Gerencia.

Por lo anterior, solicito su amable intervención para la recuperación de los inventarios al nivel continuo y adecuado que tuvimos durante los primeros ocho meses del año, o bien, que la Gerencia a su cargo asuma de manera expresa los costos que se pretende cargar a Producción.

Con gusto atenderé sus comentarios. Desde ahora agradezco su colaboración.

Atentamente,

Anexo: Relación de material no surtido el 4 de septiembre de 2020

CCP. Ing. Dante Eleonore, Director General de Operaciones
Lic. Fernando Guzmán, Director de Administración

Okans Karata/Adobe Stock



GUÍA DE ACCIÓN

Escribe un oficio de una institución del sector público en el que comuniques al personal de área cuál es el periodo de vacaciones anual.

■ 7.8 Circular

La circular es un documento administrativo similar al oficio, pero con algunas diferencias.

Similitudes:

- Tiene carácter oficial.
- Es formal.
- Transmite disposiciones, políticas, instrucciones, avisos, invitaciones...

Diferencias:

- No se dirige a una persona sino a varias. Los destinatarios suelen tener algo en común de manera permanente o circunstancial. Por ejemplo, se crea un grupo por similitud de tareas, por proyecto o porque dependen de una misma dirección general.
- La circular puede ir en sentido descendente u horizontal en la estructura organizacional, pero no en sentido ascendente. Por ejemplo, la puede enviar un directorio a sus colaboradores, o el responsable de administración a todas las áreas, o el Gerente de Personal a todos los gerentes. Pero un subgerente no podrá escribir una circular a los directores generales; y menos un operario podrá decirle a los gerentes que él y sus compañeros han decidido entrar a trabajar todos los días a las 12:00 horas a partir del lunes (aunque hay casos, ya se sabe).
- La circular se restringe al ámbito interno.

Mediante una circular se transmite información, políticas, disposiciones, medidas, acciones, eventos, instrucciones. Casi nunca se utiliza para transmitir una felicitación por el trabajo bien hecho, pero eso no es culpa de la circular, sino de la mentalidad de algunos directivos que creen que los instrumentos de comunicación son solo para ordenar o amonestar.

Cuando tú cuentas con un equipo, recuerda felicitarlos auténticamente si consideras que su desempeño lo merece. Y, siquieres, utiliza para ello una circular, que siempre tendrá unas rayitas más de valor que hacerlo por WhatsApp.

Aunque normalmente por circular se abordan muchos de los asuntos de la organización, ha de tenerse cuidado con algunos temas que puedan ser sensibles. Enviar una circular es como hablar en público, en tanto que un oficio es como una conversación privada. Ambos documentos ofrecen sus ventajas y tienen algunas desventajas. Hay que tener cuidado al elegir qué temas pueden ventilarse en una circular. Por ejemplo, llamar la atención a una persona mediante una circular es rudeza innecesaria. Hay que hacerlo de manera directa para evitar exhibir un error o una falta de atención (a menos que se quiera enviar un mensaje de "Se lo advierte a todos"). Es preferible evitar semejante exhibición.

Salvo que va dirigida a muchas personas y en consecuencia nos referimos a varios destinatarios, la estructura de la circular es muy parecida a la del oficio.

Así, debe ser:

- Oficial
- Formal
- Clara
- Breve
- Oportuna
- Cortés

Un ejemplo de estructura para la redacción de una circular es el siguiente:

Introducción:

En el programa de producción de este año se establece la meta de...

Finalidad/causas/antecedente:

No obstante, al término del primer semestre se observa un retraso...

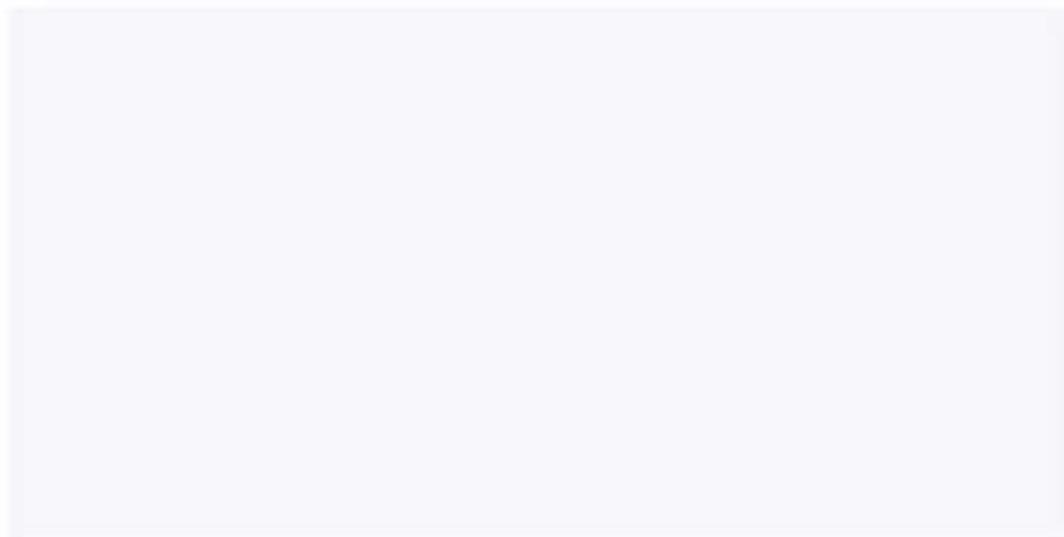
Conclusión/disposición/petición:

Por ello, solicito a ustedes tomar las siguientes medidas:



GUÍA DE ACCIÓN

Elabora una circular en la que se comunique al personal de una empresa que no está permitida la venta de artículos dentro de las instalaciones.



■ 7.9 Memorándum

El origen de la palabra memorándum viene del latín y significa "lo que debe recordarse". El acento, desde luego, es español, porque la palabra original es memorandum.

La Real Academia de la Lengua prefiere el uso de "memorando", en singular, y de "memorandos", en plural, lo que nos evita un buen lío, porque aunque la palabra memorándum sigue vigente en México, lo práctico de su uso se tronpica cuando nos planteamos cómo se dice en plural.

El caso es que la finalidad del memorándum o del memorando es muy clara; tener presente, no olvidar, notificar. Desde un punto de vista casual, el memorándum es un *post-it* oficial. Pero no te quedes solo con esta impresión; ahondemos un poco.

Distintos usos del memorándum:

- Como documentos que se preparan y presentan antes de llevar a cabo una reunión o ejecutar una acción institucional. Los redactan colaboradores cercanos a los jefes de los departamentos para que sus superiores cuenten con información que les ayudará en la toma de decisiones. Aun en caso de que el superior no los lea, sirven para que el grupo de trabajo concentre datos que no deben pasar inadvertidos para una organización. En el memorándum se presenta información relevante y oportuna; cada dato, oración, número o palabra es imprescindible. En estos documentos solo hay cabida para lo más importante y sustancial.
- También existe el memorándum mediante el que un directivo solicita a su equipo información sobre un trabajo o investigación que se está realizando.
- Dentro de una organización, ya sea gubernamental o privada, un memorándum ayuda a intercambiar información entre distintos departamentos, con el fin de mejorar su coordinación. En este sentido, tiene un carácter marcadamente interno y en él se precisan instrucciones, recomendaciones, disposiciones o indicaciones generales.

- En el ámbito de la diplomacia, un memorándum recapitula o sirve como recordatorio de un acontecimiento de carácter grave entre dos o más naciones. También en la terminología de la diplomacia, el memorándum es el comunicado que precede a un ultimátum y este, a su vez, es una advertencia para que en un tiempo parentorio se realice algo, so pena de sanciones o, en caso extremo, de declaración de guerra. Los memorandos diplomáticos no suelen estar firmados. Representan la voz del gobierno nacional que los emite.

7.9.1 Forma

Es un escrito breve, conciso y directo. Su mensaje se debe comunicar con claridad y rapidez. En la redacción de un memorándum solo se dice lo que se tiene que decir, no hay cabida para el refinamiento ni tampoco para excesos de información o aclaraciones. En este sentido, las cualidades que más se valoran en ellos son su concisión y asertividad. El tipo de lenguaje es formal, con lo que se da mayor dimensión a lo que se comunica. Puede ser dirigido a una persona o a un grupo de personas, incluso a toda una comunidad.

7.9.2 Estructura

El memorándum incluye necesariamente datos relevantes como la fecha y el lugar en que se emite, la persona o grupo al que está dirigido, el asunto, el nombre del firmante y su cargo. No suelen tener despedida; de haberla, esta será breve. Por último, su extensión no supera una cuartilla. Un ejemplo:

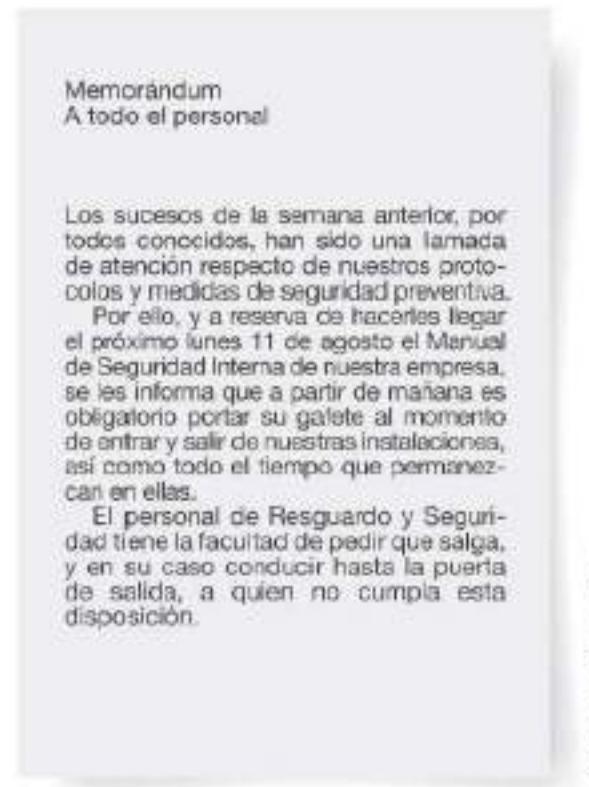


Foto: iStockphoto/Adobe Stock



GUÍA DE ACCIÓN

Escríbelo un memorándum para recordar la fecha en que se celebrará un simulacro en caso de sismo en una empresa.

■ 7.10 Géneros periodísticos

Los géneros periodísticos son textos complejos, cuyo aprendizaje detallado rebasa el propósito de este apartado. No se trata, pues, de explicar su estudio y desarrollo sino de exponer de manera sucinta en qué consiste cada uno de ellos, así como su estructura básica y su finalidad.

La idea es que tengas una noción de estos géneros para que puedas identificarlos cuando leas un medio impreso o digital, lo que puede ayudarte a analizar mejor su contenido y a aprovecharlos como fuente de información o de conocimiento de opiniones.

Los géneros periodísticos se dividen en informativos y de opinión.

Son de información: la noticia o nota informativa, la entrevista, la crónica y el reportaje. Y de opinión: el artículo, el editorial, la columna y el ensayo.

7.10.1 Géneros informativos

7.10.1.1 Noticia o nota informativa

Es el género periodístico por excelencia, el más usado, el más leído. Se caracteriza por informar de hechos de interés público sin opinar sobre ellos.

Se dice que es un género objetivo. Pero a estas alturas existe consenso en el sentido de que la objetividad en el periodismo no es posible. Sin embargo, eso no debe llevar a reporteros, editores y directivos a dar camino libre a su subjetividad, sus intereses, simpatías, fobias y preferencias. En los medios más profesionales, los periodistas están obligados al mayor apego posible a los hechos. Para lograr esta aproximación a la objetividad, se sugiere:

- Redactar de manera concisa, clara y sin juicios.
- No expresar opiniones ni escribir con sesgo.
- No usar adjetivos.
- Buscar y publicar el punto de vista de las partes involucradas.

La noticia suele empezar con la esencia de la información: qué, quién, cómo, cuándo, dónde y, de ser el caso, por qué o para qué. Conforme avanza la redacción, y por lo tanto, la lectura, el interés va decreciendo, al menos en la estructura tradicional de la nota informativa.

7.10.1.2 Entrevista

La entrevista es una conversación entre un periodista y una persona que tiene información u opiniones de interés público, ya sea por su cargo, su trayectoria, sus logros, su influencia, o bien porque circunstancialmente posee información de trascendencia. Esta conversación consiste normalmente en preguntas y respuestas.

Es probablemente el género que más ejerce el periodista, pues las personas constituyen una valiosa fuente de datos y puntos de vista.

Los reporteros, y suelen hacerlo también los columnistas, hablan con muchas personas durante una jornada de trabajo para obtener información. No siempre estas conversaciones se difunden como entrevistas, pero lo son, aunque a veces su contenido se publique en el interior de una nota informativa. Las entrevistas que se difunden como tales son las que se reconocen como el segundo género más usado en el ejercicio informativo.

Hay entrevistas de información, de opinión y de semblanza, según se busque, mediante su realización, obtener información, opiniones o respuestas que revelen la personalidad del entrevistado más allá de su actividad pública.

Hay dos estructuras básicas para la redacción de una entrevista. Una es la relatoria que el reportero hace de la conversación, y otra es la que, luego de uno o dos párrafos de introducción, cede el paso al desarrollo del cuestionario, es decir, a la estructura primaria de pregunta y respuesta hasta que la conversación concluye.

7.10.1.3 Crónica

Es el relato de un acontecimiento.

La estructura más común consiste en redactarla cronológicamente, aunque hay quien va más allá y pone en juego rompimientos de tiempo para hacer más interesante al texto. Las crónicas periodísticas se escriben sobre sucesos anunciados y hechos imprevistos.

En el primer caso, el periodista está presente: observa, apunta, jerarquiza, y luego escribe lo que acaba de atestiguar, sea una discusión parlamentaria, un encuentro deportivo, un concurso de belleza, una manifestación, una boda o un episodio bélico.

En el segundo, el periodista, obviamente no está, porque solo por excepción puede estar presente en un acontecimiento imprevisto. Como no ha presenciado los hechos (por ejemplo, un accidente o un asalto), el reportero consigue información de la autoridad, platica con testigos o recurre a videos, y luego relata lo sucedido a manera de crónica.

Se trata de dos desafíos diferentes: en el primero, observar con detenimiento, agudeza y juicio crítico para luego dar testimonio de primera mano; en el segundo se requiere capacidad para reconstruir lo sucedido y contarla de la manera más viva y más fiel posible a la información recabada. En este último caso, el periodista especifica que "según testigos..." o "de acuerdo con el velador...", para precisar qué no está narrando algo que haya presenciado.

Aun cuando la crónica es un género informativo, permite algunas licencias de subjetividad, siempre que no haya una sustancial alteración de los hechos. Para hacer más viva la narración (¿te acuerdas que en el capítulo 5 hablamos de narración?), el redactor puede recurrir a expresiones periodístico-literarias. Por ejemplo: "X regresó al estadio de su debut como si tuviera 17 años. Se asomó por el túnel, lanzó una sonrisa adolescente y luego saltó al campo como aquella mañana de hace 12 años..."

Las crónicas más frecuentes son las parlamentarias, deportivas, taurinas, teatrales, cinematográficas, de concursos, de ceremonias de premiación, de comisión de delitos, entre otras.

También existe la llamada crónica de color, que pone el énfasis en los aspectos anecdóticos, chuscos o memorables del acontecimiento, por ejemplo, lo que hicieron los dos políticos confrontados cuando, circunstancialmente, quedaron frente a frente en la inauguración; la vestimenta de la delegación rusa; el comportamiento de las porras al llegar al estadio; el tropiezo del canciller cuando bajaba la escalera; las conversaciones de secreto en la boda de la hija del presidente del Partido...

7.10.1.4 Reportaje

Este es el género más complejo, completo y aspiracional del periodismo. Es una fusión de noticia, entrevista, crónica, y puede tener algo de ensayo. Normalmente la realización de los reportajes corre por cuenta de los periodistas más experimentados, aunque hay jóvenes que temprano muestran que competirán en el género.

El reportaje se basa en información producto de una investigación específica.

Por ejemplo, se trata de descubrir los detalles y de obtener las pruebas de un caso de corrupción del que hay rumores pero nada en firme. El reportero o el equipo de reporteros se sumerge en documentos, conversaciones reveladoras, archivos de dependencias o instituciones, líneas aéreas, bancos, compañías inmobiliarias, etc. A veces se encuentra menos información de la que se esperaba, y a veces, por el contrario, la sospecha es pequeña comparada con lo investigado.

No todos los reportajes son de denuncia, desde luego. Los hay también de reconocimiento a una persona o a una institución; de motivación, a partir de la intensa lucha de un deportista amateur por sobresalir; de sensibilización, al mostrar cómo viven las familias que perdieron su hogar en el sismo tal; de recopilación, al presentar estadísticas, opiniones y hechos sobre la evolución del secuestro en los 10 años recientes...

Los mejores reportajes son los que combinan datos reveladores con testimonios valiosos; muestran al menos dos visiones respecto de un tema de interés público; y se presentan en un lenguaje claro y vibrante. A estas alturas ya lo sabemos: si no puedes dejar de leerlo, es un buen texto.

7.10.2 Géneros de opinión

7.10.2.1 Artículo

El artículo es el más representativo y popular de los géneros de opinión. En él, un periodista, o bien un académico, político, líder empresarial, expresa su opinión, la mayoría de las veces sobre un hecho de actualidad y, desde luego, de interés público.

Puesto que expresa una opinión personal, los directivos de los diarios o revistas en que se publica no tratan de influir en su contenido, y este, a su vez, no es responsabilidad del medio sino del autor.

La participación del medio se limita a invitar a una persona como articulista a partir de su prestigio, su buena pluma o su especialidad, pero no interviene en la orientación ni en la manufactura de sus textos.

En algunas escuelas de periodismo se enseña que hay artículos editoriales (temas de actualidad) y artículos de fondo (temas de interés atemporal).

El artículo tiene la clásica estructura de introducción, desarrollo y remate. Sin embargo, como texto periodístico es más libre que, por ejemplo, un oficio, aunque la estructura general sea la misma. Los artículos, en efecto, suelen comenzar de manera muy diversa y en ocasiones creativa. Por ejemplo, empezar así el texto:

Ahora no vamos a pagar el muro; resulta que vamos a ser el muro.

Como puedes ver, con unas cuantas palabras ha quedado claro cuál es el tema, pero sin anunciarlo de manera rígida, como podría ser:

En este artículo vamos a analizar lo que se ganó o se perdió con la negociación entre México y Estados Unidos respecto de la migración y la eventual imposición de aranceles a los productos mexicanos.

El periodismo exige más frescura y ofrece más libertad, así lo que se dice de la entrada o primer párrafo puede decirse del desarrollo y la conclusión.

Hace tiempo se recomendaba escribir el artículo con "cierta distancia", digamos impersonal, pero ahora hay más apertura: se puede escribir incluso en primera persona y aludir a experiencias personales, preferentemente si se vinculan a una experiencia colectiva.

Si la redacción de artículos es de tu interés, seguramente te será de utilidad repasar el capítulo 5, en el que entre otros temas abordamos los de exposición y argumentación.

7.10.2.2 Editorial

El editorial expresa la opinión del medio, por lo que nadie lo firma.

No todos los periódicos y revistas tienen editorial, y en general los portales de noticias no lo incluyen en sus contenidos. Se trata de una decisión de política editorial y directiva: ¿tendremos o no editorial?

A diferencia del artículo, el editorial siempre se escribe de manera impersonal y si hay un sujeto se trata del nombre del propio medio. El tema del editorial es elegido la tarde anterior a su publicación, una vez que se conocen los temas del día y se determina cuál debe abordarse en el espacio de opinión de la casa. Suele ser el tema más importante de la jornada o de la semana y sobre él se fija una postura editorial en sus trazos esenciales, por ejemplo: con motivo del secuestro y asesinato de tal persona, vamos a exigir que las autoridades sean sensibles y eficaces; vamos a dar algunos datos del incremento de secuestros en los últimos seis meses y vamos a unirnos al clamor social de justicia.

Una vez perfilado el editorial, se encarga su redacción a un miembro relevante de la dirección, a un editor o a un reportero muy experimentado. El editorial es un artículo. La diferencia es que expresa la opinión del medio, no de una persona, y se escribe con estilo impersonal.

Por cierto, se dice *el editorial*, no *la editorial*. La expresión *la editorial* es aplicable cuando nos referimos con otro nombre a la página de opinión, o bien cuando aludimos a una casa editorial.

7.10.2.3 Columna

Este género se caracteriza porque tiene nombre, siempre va firmado por la misma persona, se publica de manera periódica y en un lugar fijo.

Cada autor imprime un estilo a su columna. Puede ser formal, lúdico, divertido, irónico, analítico, serio, irreverente... Hay columnas políticas, financieras, deportivas, de sociales, de nota roja...

Algunas columnas tienen su propia tipografía o ciertos criterios tipográficos, por ejemplo: todos los nombres de personas van en negritas; cada vez que hay cambio de tema, va una pieza; incluye fotografías o no...

También hay libertad en cuanto al diseño del contenido de la columna. ¿Tratará un solo tema o su característica será justamente que aborda cinco temas, con dos

párrafos cada uno? ¿Su contenido será más informativo o más de opinión? ¿Incluirá informaciones sin fuente? ¿Se distinguirá por sus revelaciones o solo comentará lo que se sabe?

Las columnas más reconocidas son las que se publican de lunes a viernes, aunque también hay las que se publican en día hábil una vez a la semana o bien los domingos.

7.10.2.4 Ensayo

Como el artículo, el ensayo periodístico ofrece una opinión personal sobre un tema de interés actual o de interés permanente, pero con mayor extensión y profundidad. Sus rasgos más relevantes ya fueron expuestos en el apartado 7.4 de este capítulo.



GUÍA DE ACCIÓN

Escríbe un documento en el que plasmes alguno de los géneros periodísticos estudiados en esta sección. Entrégalo a tu profesor para comentarlo en clase.



EVALUACIÓN SUMATIVA



I. AUTOEVALUACIÓN

Instrucciones: Anota una V si la aseveración es verdadera y una F si es falsa.

1. Al hacer un resumen, uno puede incluir opiniones personales sobre el texto que resume. ()
2. Entre otros, existen estos tres tipos de resumen: informativo, descriptivo y científico. ()
3. Hacer un cuadro sinóptico te ayuda a comprender, analizar y/o explicar un tema. ()
4. Cuando prepares un cuadro sinóptico para hacer una exposición, no es necesario que te esfuerces por conocer el perfil del público. ()
5. Para lograr claridad al redactar un informe es recomendable: contar con una estructura lógica y utilizar un lenguaje sencillo y párrafos breves. ()
6. Las características de un buen informe son: amplitud, abstracción y subjetividad. ()
7. Los tipos de informe que vimos en este capítulo fueron: informe institucional, informe de misión o de investigación; e informe/reporte. ()
8. Un ensayo es una creación, no hay duda, pero sobre todo es la elaboración de una opinión por escrito. ()
9. La clasificación de ensayos incluye: ensayo informativo, de promoción y publicitario. ()
10. Un ensayo académico se escribe en lenguaje formal y voz impersonal y normalmente tiene introducción, desarrollo, conclusión y bibliografía. ()
11. El ensayo literario es más personal, libre y subjetivo. ()
12. Elaborar una propuesta requiere ideas claras, por ejemplo: en qué consiste, cuál es su objetivo y qué problema resuelve o qué oportunidad ofrece. ()
13. Básicamente un currículum vitae contiene: datos personales, preparación académica y experiencia profesional. ()
14. Al hacer tu currículum procura no distinguirte ni llamar la atención a fin de ser apreciado por tu discreción. ()
15. Es recomendable incluir en tu currículum tus estudios básicos y preparatorios. ()
16. Puedes presentar tu trayectoria profesional en orden cronológico y en orden cronológico inverso, o bien, funcional. ()
17. Al elaborar tu currículum, no das rodeos ni escribas de más. Hay que ser preciso y directo. ()
18. Además de cumplir su función en el ir y venir de comunicaciones en una organización, los oficios son testimonio, historia, archivo e incluso prueba válida en tribunales. ()
19. Al redactar oficios no es necesario escribir lugar y fecha; lo importante es la orden que se da. ()
20. Independientemente del contenido, un oficio debe ser claro, breve, útil, oportuno y cortés. ()
21. La circular se distingue del oficio en que es formal y tiene carácter oficial. ()

22. Un memorándum debe ser extenso y ofrecer todos los detalles de la información que presenta. ()
23. Los géneros periodísticos se dividen en informativos y de opinión. ()
24. La noticia es un género de opinión, por lo que se espera que el reportero exprese su punto de vista. ()
25. El reportaje es el género más complejo; es una fusión de noticia, entrevista, crónica, y puede tener algo de ensayo. ()



II. AUTOEVALUACIÓN EN LÍNEA

Comprueba tus avances y resuelve la autoevaluación de la página web de este libro.



III. CRUCIGRAMA

Resuelve el crucigrama que se presenta en la página web de esta obra.



IV. GAMIFICACIÓN

Ingrésa al sitio web de este libro. Diviértete y aprende con los contenidos que estudiaste en este capítulo.



V. PODCAST

Conoce el podcast de este capítulo que está en la página web. ¡Te encantará!



VI. CONCLUSIONES Y APRENDIZAJES

1. Anota cuatro aprendizajes de los temas estudiados en este capítulo.
2. Escribe un texto con las principales conclusiones de este capítulo.



ENSAYO Y PRESENTACIÓN AUDIOVISUAL

Elabora un ensayo corto en el que apliques los conocimientos adquiridos en este capítulo y presentalo de manera oral en clase.



ENTREGABLES

En la plataforma resuelve la sección de "Entregables" para este capítulo.

En tanto que la palabra es el principal instrumento de la comunicación humana, requerimos adquirir conocimientos y desarrollar habilidades para comunicarnos mejor a través de ella.

La presente obra tiene el propósito de contribuir a mejorar las capacidades de comunicación de sus lectores, mediante una gran variedad de ejercicios, a fin de que logren transmitir y comprender con claridad y eficacia conocimientos, ideas, valores, sentimientos, emociones, valores, proyectos.

La primera parte explora el mundo de la comunicación oral con el objetivo de proporcionar a los estudiantes las herramientas y habilidades adecuadas que les permitan desarrollarse como buenos expositores a lo largo de su trayectoria profesional.

La segunda parte está dedicada a la palabra escrita. En ella se presentan los modelos de escritura más frecuentes, incluyendo textos útiles para todo profesionista: resumen, cuadro sinóptico, informe, ensayo, propuesta, memorándum, currículum vitae, oficios y circulares. Asimismo, ofrece una panorámica de los géneros periodísticos de información y de opinión.

Características:

- Diseño minimalista y didáctico.
- Mapas conceptuales en la entrada de cada capítulo que muestran la relación de los temas que se abordan.
- Lecturas complementarias para profundizar en cada tema.
- Autoevaluación en el libro impreso y en línea que facilitan al alumno la valoración de conocimientos y habilidades adquiridos.
- Sección de conclusiones y aprendizajes que permiten valorar el avance personal al concluir cada capítulo.
- Ejercicios entregables en línea que posibilitan la realimentación del profesor.
- Gran cantidad de ejercicios tanto en el libro impreso como en el sitio web de la obra que permiten desarrollar diferentes habilidades de comunicación y reforzar los conocimientos adquiridos:
<http://recursoscengage.com/munch-palafox>

Aun cuando el universo de la comunicación es inabarcable, es posible hacer aproximaciones específicas para fortalecer nuestras capacidades, en este caso de conocimiento, ejercicio y dominio de la palabra oral y escrita, lo que es y será siempre un mundo apasionante.



Visite nuestro sitio en <http://latinoamerica.cengage.com>

ISBN-13: 978-607-526-887-3
ISBN-10: 607-526-887-1

A standard linear barcode representing the ISBN number 978-607-526-887-3.

9 786075 268873