MINISTERIO DE EDUCACIÓN, FORMACIÓN PROFESIONAL Y DEPORTES

Cofinanciado por la Unión Europea

Unidad de Orientación Profesional y Aprendizaje a lo largo de la Vida

cidead Centro para la Innovación y Desarrollo de la Educación a Distancia

Curso de formación para el acceso a Ciclos Formativos de Grado Superior

Unidad 1

La comunicación en la era digital.



Contenido

1. Introducción 2
2. ¿Qué vas a aprender y por qué te será útil en tu día a día? 2
3. Tipos y procedencia de las fuentes de información 3
1 Primer objetivo: ¿Qué tipo de fuentes puede usar? 6
2 Segundo objetivo: ¿Son fuentes confiables? 7
3 Tercer objetivo: Fiabilidad, pertinencia y coherencia 8
4. Estrategias para localizar, organizar y seleccionar información en los diferentes tipos de fuentes 9
1 Primer objetivo: ¿Dónde y cómo buscar información relevante? 10
2 Segundo objetivo: ¿Cómo organizar la información sin enredarse? 12
3 Tercer objetivo: ¿Qué información es realmente útil? 14
4 Cuarto objetivo: ¿Cómo usar las ideas de otros con respeto? 16
5. Evaluación crítica y verificación de datos en los diferentes tipos de fuentes 17
1 Primer objetivo: ¿Cómo comprobar que una fuente dice la verdad? 18
2 Segundo objetivo: Detectar los sesgos y las manipulaciones 19
3 Tercer objetivo: Reconocer las fake news antes de caer en la trampa 20
6. Pensamiento crítico aplicado a la era digital 21
1 Primer objetivo: Diferenciar desinformación, mala información y manipulación 22
2 Segundo objetivo: Herramientas mentales. Separar hechos de opiniones y desmontar argumentos 23
3 Tercer objetivo: Rutinas y prácticas para mantener la actitud crítica en el día a día 24
4 Cuarto objetivo: Compromiso personal y comunidad crítica 26
7. Producción de textos claros, coherentes y creativos 27
1 Primer objetivo: organizar las ideas antes de escribir 28
2 Segundo objetivo: escribir con claridad y coherencia 29
3 Tercer objetivo: dar un toque creativo que emocione 30
4 Cuarto objetivo: revisión crítica y pulido final 31
8. Comunicación oral y presentación de información 32
1 Primer objetivo: estructurar una exposición que atrape desde el inicio 33
2 Segundo objetivo: dominar el lenguaje verbal y no verbal 34
3 Tercer objetivo: integrar recursos visuales y creatividad 34
4 Cuarto objetivo: prepararse para preguntas y objeciones 34
9. Actitudes para una comunicación ética y respetuosa para construir una ciudadanía crítica 36
1 Objetivo: Una ciudadanía crítica y responsable se contagia. Construye sociedad 37
Aviso legal 43

1. Introducción

En la sociedad actual, la información es la moneda de cambio, pero también el mayor campo de batalla. Diariamente, nos enfrentamos a un tsunami de datos, noticias, opiniones y mensajes, la mayoría de ellos sin filtro. Por ello, la habilidad de **comunicarse bien y pensar críticamente** ya no es solo una competencia académica, sino una necesidad vital para tomar decisiones informadas, tanto personales como profesionales.

Esta unidad te proporcionará las herramientas para convertirte en un **ciudadano crítico y un comunicador eficaz**, capacitándote para dominar el proceso completo de la información, desde su origen hasta su presentación.

2. ¿Qué vas a aprender y por qué te será útil en tu día a día?

1. Manejo de la información: Aprenderás a distinguir entre los diferentes tipos de fuentes (orales, escritas y digitales) y aplicarás criterios de fiabilidad para no caer en trampas. Desarrollarás estrategias para localizar, organizar y seleccionar la información de forma autónoma. En la vida cotidiana, esto te permitirá investigar cualquier tema (desde un producto antes de comprarlo hasta un derecho laboral) y respaldar tus opiniones con datos sólidos e ideas integradas con respeto.
2. Verificación y pensamiento crítico: Dominarás las técnicas de contraste y verificación para evaluar cualquier noticia o contenido que encuentres en internet. Te enseñaremos a detectar sesgos, intereses ocultos y manipulaciones, lo que incluye reconocer las temidas noticias falsas (fake news) y el ciberanzuelo (clickbait). Esta sección es esencial para tu vida digital: Te ayudará a protegerte de la desinformación, a evitar compartir contenido engañoso y a formarte una opinión realmente propia.
3. Comunicación efectiva: Una vez que tienes la información correcta, debes saber transmitirla. Te centrarás en la producción de textos claros, coherentes y creativos, revisando las normas de gramática y puntuación para asegurar un mensaje riguroso. Además, desarrollarás tus habilidades de comunicación oral, aprendiendo a estructurar exposiciones y usar la argumentación para defender tus ideas con convicción en cualquier contexto (desde un debate con amigos hasta una presentación profesional).
4. Actitudes éticas: finalmente, pondrás el foco en la ética. Cultivarás una actitud de curiosidad y respeto hacia las ideas ajenas, practicando la escucha activa y valorando la diversidad de opiniones. La meta es lograr un compromiso personal para evitar la desinformación y, en última instancia, convertir la información en conocimiento útil. Esto te prepara para ser un ciudadano digital responsable que contribuye a un entorno comunicativo más honesto y respetuoso.

Al finalizar esta unidad, serás capaz de moverte con destreza y seguridad en la complejidad de la información digital, comunicando tus ideas con claridad, rigor y ética.

3. Tipos y procedencia de las fuentes de información

Objetivos de aprendizaje

1. Primer objetivo: ¿Qué tipo de fuente puedes usar?
2. Segundo objetivo: ¿Son fuentes confiables?
3. Tercer objetivo: Fiabilidad, pertinencia y coherencia

"La misión de Sara: encontrar la verdad en un mundo lleno de datos para adoptar un perro"

Imagina a Sara, una estudiante que quiere convencer a sus padres para adoptar un perro. Parece sencillo, pero hay un problema: sus padres solo aceptarán si ella les demuestra, con información fiable, que tener un perro es una buena decisión. Sara sabe que no basta con decir *"quiero un perro"*, así que inicia su aventura contigo en el océano de la información digital para que le ayudes a conseguir su sueño.

Actividad

Sara necesita pensar, anotar y recoger evidencias. Te pide, por favor, que subas un audio con un testimonio de una amiga tuya, de un veterinario o que hagas una entrevista a una familia que tenga un perro, demostrando que tener un perro es una buena decisión.

Conocimientos previos:

En el caso de hacer una entrevista a una amiga, un veterinario o a una familia, ¿qué aspectos tendrías en cuenta?

Realiza una entrevista a una amiga, un veterinario o una familia y sube el audio que has grabado a la plataforma

Responde analizando la entrevista que has subido a la plataforma:

Entrevista	Aspectos a tener en cuenta	Lo he realizado/no lo he realizado
Antes de iniciar la	¿Cuál era el objetivo de la entrevista?	

entrevista	¿Cuáles han sido las preguntas que han conformado tu guion?	
	¿Qué material has utilizado para grabar la entrevista?	
Durante la entrevista	¿Te has presentado?	
	¿Has explicado el propósito?	
	¿Has pedido autorización para grabar?	
	¿Has seguido el guion establecido?	
	¿Has mantenido un contacto visual y un lenguaje corporal positivo?	
Cierre de la entrevista	¿Has agradecido el tiempo del entrevistado?	
	¿Has explicado qué se hará con la información y dónde se va a enviar?	

Desarrollo

Vuelve a grabar una entrevista teniendo en cuenta los aspectos que hay que mejorar respecto a la primera entrevista que hiciste y súbelo a la plataforma.

Indica cuáles son los aspectos que has tenido en cuenta la segunda vez que has grabado la entrevista.

Sara también necesita un informe de salud de una clínica (escrito) y una página web de adopción (digital).

Para realizar el informe de salud de una clínica por escrito puedes usar libros, informes, artículos académicos (impresos), bases de datos científicas, libros y revistas electrónicas, sitios web oficiales.

Conocimientos previos:

¿En el caso de hacer un informe escrito para Sara, qué tendrías en cuenta?

¿Es lo mismo una entrevista que un informe escrito? ¿Por qué?

Desarrollo

Sara te comenta que ella el otro día tuvo que hacer un **informe escrito para su trabajo** y su jefa y le dijo que tuviera en cuenta lo siguiente:

1. **Planteamiento previo:**
   - Objetivo del informe: ¿Para qué se hace? (informar, analizar, proponer, evaluar, etc.).
   - Destinatario: ¿Quién lo va a leer? (directivos, público general, clientes, autoridades).
   - Tipo de informe: Técnico, científico, administrativo, académico, de salud, etc.
   - Información necesaria: Datos, estadísticas, entrevistas, documentos de respaldo.

2. **Estructura básica (organización)**

1. Portada: Título, autor(es), institución, fecha.
2. Índice (opcional si es extenso).
3. Introducción: Presenta el tema, objetivo y alcance.
4. Metodología o procedimientos: Cómo se obtuvieron los datos.
5. Desarrollo / Cuerpo: Datos, análisis, resultados, gráficos o tablas.
6. Conclusiones y/o recomendaciones: Resumen de hallazgos, posibles acciones.
7. Bibliografía o referencias: Fuentes utilizadas (libros, artículos, sitios web).
8. Anexos: Material complementario (tablas detalladas, encuestas, fotos).

3. **Redacción y estilo**
   - Claridad y precisión: Usar lenguaje formal, frases cortas y concretas.
   - Objetividad: Basarse en hechos y datos, evitar opiniones personales salvo en recomendaciones.
   - Coherencia y cohesión: Que las ideas sigan un orden lógico.
   - Ortografía y gramática impecables.

4. **Presentación visual**
   - Formato uniforme (márgenes, tipografía legible, interlineado).
   - Uso de tablas, gráficos, esquemas si hay datos numéricos.
   - Numeración de páginas y secciones para facilitar la lectura.

5. **Revisión final**
   - Verificar que los datos sean correctos y actualizados.
   - Corregir errores de redacción u ortografía.
   - Confirmar que las conclusiones se relacionen con los objetivos planteados.

Analizado lo que la jefa de Sara le pidió para el trabajo y sabiendo que tú le tienes que hacer un informe escrito a Sara para sus padres, con el objetivo de conseguir adoptar un perro, ¿qué apartados abordarías finalmente en el informe escrito que tienes que hacer para sus padres?

Realiza un informe escrito para los padres de Sara, identificando bien los pasos llevados a cabo.

Por último, tienes que pensar qué página web de adopción (digital) es la mejor para que Sara pueda adoptar un perro y sus padres se convenzan de lo importante que sería para la familia.

Informa a Sara de tres páginas web donde se puedan adoptar perros.

APRENDEMOS

1 Primer objetivo: ¿Qué tipo de fuentes puede usar?

Sara descubre que hay tres grandes tipos de fuentes:

- **Fuentes orales**: Conversaciones con veterinarios, entrevistas a familias que ya

tienen perros. Son inmediatas y llenas de gestos, pero no quedan registradas.

- **Fuentes escritas**: Libros sobre cuidado de mascotas, informes de salud animal, artículos de revistas. Son permanentes y revisables.
- **Fuentes digitales**: Páginas web, blogs, redes sociales, podcasts de adiestradores. Son rápidas y multimedia, pero cambian constantemente.

Actividad

Sara necesita que apliques a las 3 páginas webs de adopción de perros los 4 criterios que evidencien que son páginas confiables, además de fiables, pertinentes y coherentes.

Conocimientos previos

Páginas	Autoridad	Propósito	Evidencia	Actualización	Fiable ¿Por qué?	Pertinente ¿Por qué?	Coherente ¿Por qué?

APRENDEMOS

2 Segundo objetivo: ¿Son fuentes confiables?

Sara te pregunta si las páginas web que le has dado son de confianza. Ella sabe que no todas las fuentes son iguales.

Sara aplica siempre **cuatro criterios**:

- **Autoridad**: ¿Quién lo dice? Un veterinario o una asociación de protección animal es más fiable que un usuario anónimo en una red social. Lo importante es atender a ¿quién lo dice? ¿Es un experto, una institución académica, o una persona anónima? El respaldo de un experto o una institución reconocida aumenta drásticamente la fiabilidad del mensaje.
- **Propósito**: ¿Quieren informar, vender o solo entretener? Si una web quiere vender un producto milagroso, Sara lo miraría con cautela. No hay que olvidar ¿cuál es el objetivo real de la fuente? ¿Informar, vender, persuadir o simplemente entretener? Una fuente con un fuerte sesgo ideológico o publicitario puede manipular los datos para lograr su fin.
- **Evidencia**: ¿Muestran datos, estadísticas, estudios? Una fuente seria cita pruebas, no solo opiniones.
- **Actualización**: La información debe ser reciente para reflejar los cuidados actuales. La información obsoleta puede ser incorrecta o peligrosa.

3 Tercer objetivo: Fiabilidad, pertinencia y coherencia

Sara encuentra un artículo de hace diez años que asegura que los perros solo comen carne. Aunque sea de una revista reconocida, **no es fiable** ni **pertinente** porque está desactualizado.

También halla un blog que se contradice en sus propios consejos, lo que rompe la **coherencia interna**.

Finalmente, **contrasta las mejores fuentes** entre sí (coherencia externa) para asegurarse de que todos coinciden en que los perros necesitan vacunas, tiempo de paseo y alimentación equilibrada. La información que presenta una fuente debe ser confirmada por otras dos o tres fuentes de alta fiabilidad. Si una fuente dice algo radicalmente distinto al consenso general de expertos, debe ser descartada o tratada con máxima cautela.

Desarrollo

Entrando en cada una de las 3 páginas webs de adopción de perros, coteja los 4 criterios que evidencie que es una página confiable, además de fiable, pertinente y coherente.

Páginas	Autoridad	Propósito	Evidencia	Actualización	Fiable ¿Por qué?	Pertinente ¿Por qué?	Coherente ¿Por qué?

¿Has encontrado algún cambio entre clasificar las 3 páginas sin entrar en ellas a clasificar las páginas entrando en ellas? ¿Por qué?

Si tuvieras que dar un consejo a un amigo tuyo que te pregunta sobre cómo identificar una página confiable, fiable, pertinente y coherente, ¿qué le dirías?

Desenlace

Sara presenta a sus padres un informe claro y bien sustentado:

Resume la entrevista (fuente oral).

Presenta el informe (fuente escrita fiable).

Muestra una web con criterio (fuente digital).

Gracias a sus evidencias, sus padres ven que la decisión está basada en hechos, no en caprichos.

Moraleja: Saber identificar y evaluar fuentes permite tomar decisiones inteligentes en cualquier aspecto de la vida: desde adoptar un perro hasta elegir una carrera o invertir dinero.

Reflexiona…

Dominar los tipos y procedencia de las fuentes de información, junto con los criterios de autoridad, propósito, evidencia y actualización, fiabilidad, pertinencia y coherencia, no es solo una habilidad académica: Es un superpoder para la vida diaria que te permite tomar decisiones inteligentes, evitar engaños y construir argumentos sólidos, desde elegir un producto hasta defender una idea en un debate familiar o profesional.

4. Estrategias para localizar, organizar y seleccionar información en los diferentes tipos de fuentes

Objetivos de aprendizaje

1. Primer objetivo: ¿Dónde y cómo buscar información relevante?
2. Segundo objetivo: ¿Cómo organizar la información sin enredarse?
3. Tercer objetivo: ¿Qué información es realmente útil?
4. Cuarto objetivo: ¿Cómo usar las ideas de otros con respeto?

"La misión de Sara: convertir datos sueltos en un plan brillante para adoptar a su perro"

Sara ya sabe qué tipos de fuentes existen y cómo distinguir las más confiables, pero ahora se enfrenta un reto mayor: **necesita encontrar la mejor información, organizarla y elegir solo lo más útil** para convencer a sus padres. Sigues siendo tú su aliado para que no se pierda en el mar de datos.

Actividad

Imagina que ayudas a Sara a buscar beneficios para la salud por tener un perro:

Conocimientos previos

¿Sabías que existe una búsqueda avanzada que te permite buscar la información relevante, organizarla y elegir lo más útil?

¿Cómo realizas una búsqueda de información que te permita obtener los mejores datos para conseguir lo que buscas?

¿Has hecho una búsqueda avanzada alguna vez?

APRENDEMOS

1 Primer objetivo: ¿Dónde y cómo buscar información relevante?

Sara comprende que no basta con poner una palabra en Google. Debe **localizar información de manera autónoma** en distintas fuentes.

Y sabe que hay una **Técnica de búsqueda avanzada** para hallar **información específica**. Para ello:

- **Busca en dominios confiables**: Utiliza site:.org o site:.edu para buscar en páginas de asociaciones, universidades o gobiernos.
- **Busca en Bases de datos académicas**: Descubre que Google Académico, Scielo o PubMed son tesoros de información revisada. La información proviene de revistas o de tesis doctorales o de presentaciones en trabajos académicos revisados por varias personas.
- **Busca en Fuentes físicas**: No olvides bibliotecas, revistas impresas y entrevistas directas.
- **En la búsqueda utiliza los operadores booleanos:** Palabras clave como AND, OR y NOT para conectar o excluir términos en la cadena de búsqueda o frase que se escribe para obtener la información.
- **Si la primera búsqueda es demasiado amplia:** Hay que reformular la consulta usando sinónimos, términos más técnicos o preguntas específicas.
- **Y si en la búsqueda no se encuentra bien la información que se pretende**: Hay que reformular la consulta usando sinónimos, términos más técnicos o preguntas específicas.

Desarrollo

¿Qué palabras clave utilizarías para encontrar resultados precisos y variados?

¿Cómo formularías la cadena de búsqueda con los operadores booleanos?

Diseña **tres búsquedas avanzadas** diferentes usando operadores booleanos

Localiza **una fuente oral, una escrita y una digital** que aporten datos útiles para Sara en cuanto a los beneficios para la salud que aporta un perro. Y explica cómo y dónde has encontrado la información

Anota por qué cada una de las fuentes son pertinentes para el objetivo de Sara.

Consejo: Sara ha encontrado una reseña que indica Navegación Eficiente en Fuentes Digitales, en dicha reseña se indica:

- Evaluar la url: El dominio (.org, .edu, .gov) puede ser un indicio rápido de la intención de la web.
- Revisar el "Acerca de": Antes de leer un artículo extenso, identifica la misión y el equipo editorial de la web para evaluar posibles sesgos.
- Usar la tabla de contenidos: Aprovecha los enlaces internos o sumarios para ir directamente a la sección pertinente y ahorrar tiempo de lectura.

Por último, si tuvieras que explicar a Sara cuál es la estrategia de búsqueda más eficaz con una navegación eficiente en las fuentes digitales, ¿qué consejo le darías? Antes de contestar, realiza un dibujo relacionando los pasos de la técnica avanzada de búsqueda con los aspectos para tener en cuenta en la navegación eficiente. Cuando lo hayas hecho, serás capaz de darle un consejo que nunca olvidará.

Actividad

Conocimientos previos

Sara se pregunta ¿para qué le valdría las técnicas que organizan la información? ¿Cómo podría ella hacer su propia tabla de técnicas para hacer un informe claro y coherente sobre la adopción del perro?

Realiza un resumen que ayude a Sara a valorar qué técnica le vendría mejor para su informe (recuerda que su necesidad es adoptar un perro):

Técnica	Descripción	Aplicación y Utilidad
Fichas de Resumen (Digitales o Físicas)		

Mapas Mentales o Conceptuales		
Esquemas Jerárquicos		
Tablas Comparativas		

APRENDEMOS

2 Segundo objetivo: ¿Cómo organizar la información sin enredarse?

Sara consulta un libro y encuentra la descripción, aplicación y utilidad de cada técnica. Estas ideas le pueden ayudar, sin duda, a **organizar la información para que su informe sea claro y coherente**.

Técnica	Descripción	Aplicación y Utilidad
Fichas de Resumen (Digitales o Físicas)	Documentos breves donde se registra: **idea principal**, **autor**, **fuente**, **cita textual** y una **paráfrasis propia**.	Ideal para manejar grandes volúmenes de fuentes. Permite cotejar rápidamente la información antes de redactar.

Mapas Mentales o Conceptuales	Representación visual que conecta la idea central con conceptos secundarios y detalles, usando líneas y jerarquías.	Excelente para **visualizar la coherencia** interna del tema y las relaciones lógicas entre las ideas antes de escribir.
Esquemas Jerárquicos	Organización lineal (usando números y letras: I, A, 1, a) que define la estructura del texto final (introducción, desarrollo, conclusión).	Fundamental para asegurar la **coherencia y la progresión temática** de tu redacción u exposición.
Tablas Comparativas	Usar filas y columnas para contrastar rápidamente datos de dos o más fuentes (p. ej., pros y contras, fechas clave, estadísticas).	Imprescindible para el **contraste de fuentes** y la identificación de puntos de acuerdo o conflicto.

Desarrollo

Sara te pide que, teniendo más información sobre las técnicas para organizar la información, elijas las 2 mejores técnicas para ayudarle.

Por tanto, elabora una ficha de cada técnica elegida aplicándolo al objetivo de Sara.

Técnica	**Descripción de modo que le pueda servir a Sara**	**Aplicación y Utilidad para que Sara adopte un perro, justifica tu respuesta**

¿Por qué has elegido esas 2 técnicas? ¿Qué beneficios le aporta a Sara en su caso concreto?

¿En otro caso, por ejemplo, en una reunión de vecinos, utilizarías las mismas técnicas para organizar la información? ¿Por qué?

Actividad
Conocimientos previos

Aplica los criterios de selección de la información al interés que persigue Sara

Alineación con el objetivo	¿Qué dato descartarías de este argumento: "*Adoptar un perro mejora la salud y la felicidad, aunque algunos estudios sobre reducción de depresión en las personas podrían ser cuestionables".*	¿Por qué?
Evidencia sólida	Busca una evidencia sólida	¿Por qué?
Equilibrio	Pros y contras de que adoptar un perro es una decisión saludable y responsable	¿Por qué es bueno presentar los pros y los contras de una idea?

APRENDEMOS

3 Tercer objetivo: ¿Qué información es realmente útil?

De todo lo que ha encontrado, **Sara debe seleccionar solo lo que respalda su objetivo**: convencer a sus padres de que adoptar un perro es una decisión saludable y responsable.

Para ello aplica los siguientes **criterios de selección de la información**:

1. **Alineación con el objetivo**: Si un dato es interesante pero no ayuda a convencer, se descarta.
2. **Evidencia sólida**: Se priorizan estadísticas, los estudios científicos y los testimonios de expertos puesto que son los pilares de un argumento sólido.
3. **Equilibrio**: Incluye perspectivas a favor y en contra de la idea para mostrar objetividad.

Desarrollo

Haz una lista de **dos datos clave** que sí usaría en el informe de Sara que cumplan los tres criterios de selección de la información

1º Dato clave:		
Alineación con el objetivo		¿Por qué?
Evidencia sólida		¿Por qué?
Equilibrio		¿Por qué?

2º Dato clave:		
Alineación con el objetivo		¿Por qué?
Evidencia sólida		¿Por qué?
Equilibrio		¿Por qué?

Actividad

Conocimientos previos

¿Sabías que cuando quieres expresar ideas, hacer un informe, hacer un trabajo, es muy recomendable basarte en ideas de autores? Así construyes sobre ellos y tienes una base sólida sobre la cual comenzar.

¿Alguna vez has usado una cita textual? ¿Cuándo y cómo?

¿Y la paráfrasis? ¿Cuándo y cómo?

¿Y el resumen? ¿Cuándo y cómo?

APRENDEMOS

Cuarto objetivo: ¿Cómo usar las ideas de otros con respeto?

Sara sabe que citar correctamente evita el plagio.

- **Cita textual**: Entre comillas y con autor, año y página. Se usa cuando queremos expresar la misma idea que la del autor.
- **Paráfrasis**: Explicar la idea del autor con tus propias palabras, pero citando al autor. Se usa para simplificar un concepto complejo o integrar la idea del autor en nuestro flujo narrativo.
- **Resumen**: Condensar las ideas principales, indicando la fuente. Se usa para dar una información en un contexto general sin entrar en detalles.

¡Atención al plagio!

El plagio es el uso de ideas o palabras de otra persona sin darle el crédito adecuado. Es una falta grave, tanto académica como ética. La regla de oro es simple: **Si no es tu idea original o un conocimiento general, debes citar la fuente.**

Para citar la fuente existen Normas, una fórmula sencilla es nombrar el apellido del autor, inicial del nombre, año entre paréntesis y nombre de la obra, seguido de la editorial. Por ejemplo: Ruiz, L. (2025). *Los beneficios para tu salud por tener un can*. Panri. O si encontramos un artículo en una revista se citaría: Velázquez, R. (2025). *Mi salud y mi perro*. *Revista Salut*, 4, 25-36.

Desarrollo

Elige uno de los datos que seleccionaste en la actividad anterior y escribe:

- Una **cita textual** que podría añadir Sara a su informe. No te olvides de ser riguroso cuando cites para no apropiarte de información que no es tuya.
- Luego haz una **paráfrasis**.
- Por último, crea un **resumen**. Indica cómo referenciarías cada uno.

Desenlace

Gracias a estas estrategias, Sara logra:

- Buscar en lugares confiables.
- Organizar su información usando técnicas.

- Seleccionar solo los datos más pertinentes.
- Integrar las ideas de otros autores con citas correctas.

Con su informe bien estructurado, **sus padres no solo aceptan la adopción, sino que quedan impresionados por el rigor de su investigación**.

Reflexiona…

Dominar las estrategias de **localización, organización y selección** de información no solo sirve para convencer a unos padres: es un superpoder que te permitirá investigar, argumentar y tomar decisiones críticas en estudios, trabajo y vida diaria.

5. Evaluación crítica y verificación de datos en los diferentes tipos de fuentes

Objetivos de aprendizaje

1. Primer objetivo: ¿Cómo comprobar que una fuente dice la verdad?
2. Segundo objetivo: Detectar los sesgos y las manipulaciones
3. Tercer objetivo: Reconocer las fake news antes de caer en la trampa

"La misión de Sara: la prueba final para demostrar que su información es a prueba de engaños"

Sara ya localizó, organizó y seleccionó la información perfecta para convencer a sus padres de adoptar un perro.

Pero antes de entregar su informe, debe superar el desafío más importante: **comprobar que todos los datos sean ciertos y que ninguna fuente la esté engañando**. Ahora tú serás su compañero en esta última etapa, donde el pensamiento crítico es la clave.

Actividad
Conocimientos previos

	¿Cuándo?	¿Por qué?	¿Cómo?	¿Qué herramienta digital usaste?	¿Dónde?
¿Alguna vez has triangulado información					

para comprobarlo?					
¿Alguna vez has realizado una verificación directa?					
¿Alguna vez has realizado una verificación inversa de imágenes?					

APRENDEMOS

1 Primer objetivo: ¿Cómo comprobar que una fuente dice la verdad?

Sara sabe que no basta con que algo suene bien o parezca profesional. Debe **contrastar y verificar cada dato** antes de presentarlo.

Para ello puede hacer:

- Una **triangulación**: Comprobar la misma información en, al menos, tres fuentes independientes.
  Ejemplo: si una web afirma que los perros reducen el estrés, Sara busca un artículo científico, un informe de salud pública y una noticia de un medio reconocido que coincidan.

- **Verificación directa**: Si una fuente cita una estadística (“el 70 % de las familias con perro viven más felices”), busca el estudio original.

- **Verificación inversa de imágenes**: Usa herramientas como Google Imágenes o TinEye para saber si una foto es actual o sacada de contexto.

Desarrollo

Elige una noticia o dato viral sobre los beneficios que genera para la salud adoptar un perro porque reduce el estrés y comprueba si la noticia dice la verdad.

1. Comprueba si aparece en **tres fuentes independientes** identificando el porqué.

2. Intenta encontrar el **documento o estudio original** que avale el objetivo y explícalo basándote en los datos.

3. Revisa si la foto o video que acompaña la noticia es reciente y auténtico ¿Por qué?

Actividad

Conocimientos previos

Define con tus palabras sesgo de autoría, sesgo de omisión, lenguaje emocional, Cherry picking.

De todos los sesgos analizados realiza una lista, por orden de importancia, explicando por qué lo has hecho así y qué beneficios obtendrías.

APRENDEMOS

2 Segundo objetivo: Detectar los sesgos y las manipulaciones

Sara descubre que incluso las fuentes “serias” pueden tener intereses ocultos.

- **Sesgo de autoría**: ¿Quién financia el contenido? ¿Hay patrocinadores o intereses económicos detrás?
- **Sesgo de omisión**: ¿Solo muestran datos positivos y callan los negativos?
- **Lenguaje emocional**: Adjetivos como “milagroso”, “catastrófico” o “impactante” suelen buscar reacción, no reflexión.
- **Cherry picking**: Seleccionar solo una parte de un estudio para cambiar su significado.

Desarrollo

De la noticia o dato viral anterior sobre los beneficios que genera para la salud adoptar un perro porque reduce el estrés, detecta si existen los siguientes sesgos y manipulaciones.

Sesgo de autoría ¿Por qué?

Sesgo de omisión ¿Por qué?

Lenguaje emocional ¿Por qué?

Cherry picking ¿Por qué?

Teniendo en cuenta que tienes que ayudar a Sara, ¿a qué sesgo de los anteriores prestarías más atención? ¿Por qué?

¿Ha cambiado tu opinión sobre dar importancia a los sesgos entre la contestación que has dado en los conocimientos previos y la contestación en el desarrollo de la actividad? ¿Por qué?

Actividad

Conocimientos previos

¿Has recibido alguna vez una fake news? ¿Cuál? ¿Qué pretendía?

¿Cómo te afectó en tu pensamiento, en tu sentir, en tu decidir o en las relaciones con los demás, la fake news?

¿Qué sacas en conclusión?

APRENDEMOS

3 Tercer objetivo: Reconocer las fake news antes de caer en la trampa

Para reconocer fake news, Sara aplica el **modelo CRAP** (Contexto, Responsabilidad, Autoría, Propósito). Ella sabe que las fake news no solo desinforman, también afecta a cómo piensas, sientes, decides y te relacionas con los demás.

No obstante, aplicar el modelo es la estrategia para no caer en la trampa de las fake news. Vemos la estrategia:

- **Contexto**: ¿Es una noticia actual o reciclada?
- **Responsabilidad**: ¿Hay una entidad que se haga cargo del contenido?
- **Autoría**: ¿El autor es real y verificable?
- **Propósito**: ¿Quieren informar, vender, manipular o simplemente atraer clics?

Desarrollo

Imagina que recibes por WhatsApp una cadena que dice: "Un nuevo estudio demuestra que los perros ya no necesitan vacunas anuales". Aplica las 4 preguntas del modelo CRAP y justifica si compartirías o no esa información.

	¿Por qué?	Justifica si compartirías o no esa información
Contexto ¿Es una noticia actual o reciclada?		
Responsabilidad ¿Hay una entidad que se haga cargo del contenido?		
Autoría ¿El autor es real y verificable?		

Propósito ¿Quieren informar, vender, manipular o simplemente atraer clics?		

¿Qué consejo le darías a Sara para que no caiga en la trampa de las fake news?

Desenlace

Después de contrastar, verificar imágenes, detectar sesgos y justificar cada dato, Sara presenta a sus padres un **informe a prueba de fake news**:

- Cada estadística tiene respaldo científico.
- Cada imagen tiene su origen confirmado.
- Cada argumento es coherente y se repite en varias fuentes confiables.

Sus padres, impresionados, ya no solo aceptan adoptar al perro, ¡sino que le piden a Sara que les enseñe sus técnicas para no caer en engaños en las redes sociales!

Reflexiona…

Dominar las habilidades de **evaluación crítica y verificación de datos** es más que un ejercicio académico: es una defensa personal frente a las cadenas de WhatsApp, los anuncios engañosos y las noticias falsas. Es el superpoder que te permite proteger tu tiempo, tu salud y tu dinero, desde elegir una oferta de trabajo hasta decidir a quién dar tu voto o qué alimento comprar.

6. Pensamiento crítico aplicado a la era digital

Objetivos de aprendizaje

1. Primer objetivo: Diferenciar desinformación, mala información y manipulación
2. Segundo objetivo: Herramientas mentales. Separar hechos de opiniones y desmontar argumentos
3. Tercer objetivo: Rutinas y prácticas para mantener la actitud crítica en el día a día
4. Cuarto objetivo: Compromiso personal y comunidad crítica.

"La misión de Sara: no solo ha sido reunir pruebas para adoptar al perro, sino aprender a pensar con ellas" Sara se siente orgullosa porque va a tener un perro".

Sara ya tiene entrevistas, un informe de salud y páginas de adopción. Se lo ha presentado a sus padres, pero se ha asegurado bien de que **no la engañen las apariencias**, de que ha separado lo que es dato de lo que es rumor y de que sus conclusiones han sido sólidas. Mira la secuencia práctica, creativa y aplicable que ha seguido.

Actividad

Ser detective del bulo perruno

Conocimientos previos

Para ser un buen detective digital:

¿Crees que es necesario reconocer titulares sensacionalistas? ¿Por qué? ¿Cuándo?

¿Distinguir opiniones de datos es prioritario? ¿Por qué?

¿Realizar una búsqueda básica sería suficiente o necesitarías llevar a cabo una búsqueda avanzada? ¿Por qué?

APRENDEMOS

1 Primer objetivo: Diferenciar desinformación, mala información y manipulación

Qué ha pasado en la historia de Sara: cuando estaba realizando el informe, recibió un meme, en el grupo familiar, de su primo, que decía: *"tener perro cura la depresión"* sin citar fuente. Sara se preguntó: ¿Será verdad? Rápidamente le vino a la cabeza tres ideas:

- *¿Es una desinformación*? Noticia falsa con intención (campañas, bulos virales)
- *¿Es una mala información*? Falso sin intención (algo mal entendido y compartido)
- *¿Es una manipulación?* Mezcla verdad/mentira o con una carga emocional para provocar una acción.

Desarrollo

Elige 2 mensajes reales o virales sobre perros que hayas visto (WhatsApp/FB/TikTok).

Para cada mensaje responde en una ficha rápida:

- ¿Desinformación / Mala información / Manipulación
- ¿Qué evidencia pedirías (estudio, informe veterinario, estadística)?

- Peligrosidad: 1 (baja) — 5 (alta).

2. Clasifica: ¿Lo incluiría Sara en su informe antes de verificarlo? Sí / No. Justifica la respuesta.

Actividad

Conocimientos previos

¿Sabes la diferencia entre una opinión y una noticia? ¿En qué se diferencian?

¿Qué es más importante para ti una opinión o una noticia cuando tienes que hacer un informe? ¿Por qué?

¿Y si la opinión es honesta, respetuosa y fundamentada? ¿La incluirías en un informe? ¿Por qué?

APRENDEMOS

2 Segundo objetivo: Herramientas mentales. Separar hechos de opiniones y desmontar argumentos

Qué ha pasado en la historia de Sara: Para su informe encontró en un blog una noticia que decía: *"Adoptar un perro arruina tu vida social"* y daba ejemplos anónimos. Sara necesitó evaluar si eso era un hecho o una opinión.

Para comprobarlo Sara aplicó los siguientes **pasos**:

1. **Separar hecho/opinión:** Subrayó los datos verificables (números, estudios) y encerró entre paréntesis las valoraciones (por ejemplo: "arruina tu vida social").

2. **Identificar premisas y conclusión:** ¿Qué datos estaban usando para llegar a esa conclusión?

3. **Detectar falacias:** generalizaciones, anécdotas (usar un caso único como prueba), causa falsa.

4. **Preguntar por el método:** ¿De dónde salían los datos? ¿Era una muestra representativa? ¿Qué fecha tenía?

Desarrollo

Busca un artículo en internet negativo sobre adoptar perros.

1. Extrae 3 premisas que usen para que llegues a la conclusión "arruina tu vida social".

2. Marca cuál premisa es la más débil y escribe **2 acciones** para verificarla.

   Mini rúbrica:

- ¿El autor cita fuentes verificables? (Sí / No)
- ¿Hay datos con fecha y procedencia? (Sí / No)
- ¿El lenguaje busca reacción emocional más que informar? (Sí / No)

3. Escribe en 2 frases la conclusión razonada que reemplace a la del autor si la evidencia no la respalda.

Actividad

"7 días de buen compartir"

Durante 7 días, Sara, antes de compartir el informe con sus padres, aplicó una rutina sencilla al vídeo que mostraba que "los perros no requieren educación formal; basta con cariño".

Conocimientos previos

¿Es necesario en tu vida tener una actitud crítica? ¿Por qué?

Cuando consumes información, ¿es fundamental tener una actitud crítica? ¿Por qué?

Cuando te llega información, ¿te preocupas por contrastarla o directamente la asumes sin más? Justifica tu respuesta.

APRENDEMOS

3 Tercer objetivo: Rutinas y prácticas para mantener la actitud crítica en el día a día

Qué pasa en la historia de Sara: en las redes le apareció un vídeo que afirmaba que "los perros no requieren educación formal; basta con cariño". Sara se extrañó y decidió aplicar una rutina antes.

Rutinas sencillas:

- **Regla 5W+1H adaptada:** What? (¿qué se afirma**?**), Who? (¿quién lo dice**?**), When? (¿cuándo**?**), Where? (¿dónde se publicó**?**), Why? (¿para qué**?**), How? (¿cómo obtuvieron los datos?).
- **Stop-Think-Verify:** parar 30 segundo antes de reaccionar; pensar qué se afirma; verificar en 2 fuentes confiables.
- **Leer lateralmente:** en vez de quedarse en la página, abrir otras pestañas para ver qué dicen medios/organizaciones veterinarias.

- **Registro de decisiones:** llevar una mini-hoja (o nota del móvil) con: Fuente verificada – número de veces compartido - Resultados.

Desarrollo

Realiza la misma rutina práctica que llevó a cabo Sara para mantener una actitud crítica sobre una noticia o vídeo relacionada con los perros. En este caso busca por ejemplo una noticia o vídeo que defienda "alimentos para perros como los alimentos de las personas".

Aplica las rutinas sencillas para tener un juicio crítico sobre ellas.

	Acciones
Regla 5W+1H adaptada	
Stop-Think-Verify	
Leer lateralmente	
Registro de decisiones	

Tras aplicar las rutinas para generar una actitud crítica ¿qué conclusión sacas?

¿Qué rutina te parece más eficaz para utilizarla en cualquier otro momento de tu vida? ¿Por qué?

Actividad

Plantilla del "Contrato de Honestidad perruna": "Yo, Sara, me comprometo a verificar la información en el informe antes de decidir adoptar a un perro. Buscaré al menos dos fuentes independientes (incluido un profesional). Si en el informe existiera un error, lo corregiré y lo explicaré. Y os mostraré las comprobaciones para que las podáis compartir con otros y se pueda replicar el esfuerzo riguroso realizado.

Conocimientos previos

¿Piensas que es necesario establecer un contrato para poder ser consecuente con la tarea que le encomiendan a uno? ¿Por qué?

¿Alguna vez te has encontrado en una situación parecida? ¿Cuándo? ¿Por qué?

¿Hace falta establecer contigo algún contrato para que seas responsable y realices la tarea que tienes que hacer? ¿Por qué?

¿Qué entiendes por la necesidad de establecer un contrato para hacer explícito un compromiso personal y comunidad crítica? Justifica la respuesta.

APRENDEMOS

Cuarto objetivo: Compromiso personal y comunidad crítica

Qué pasa en la historia de Sara: Sus padres estaban preocupados por si Sara fundaba su informe sobre rumores. Para evitarlo, los padres propusieron un ***contrato familiar*** para tomar decisiones informadas antes de adoptar a un perro.

Elementos del compromiso:

1. **Regla obligatoria:** Antes de tomar una decisión (adoptar, vacunar, inscribir al perro a un adiestramiento), buscar al menos **dos fuentes fiables** (veterinario + clínica/organización).

2. **Acción de reparación:** Si existe información equivocada, se realizará de nuevo el informe explicando el error.

3. **Enseñar y pasar el hábito:** Cada miembro de la familia enseñará a otra persona (amigo/familiar) el informe final para mostrar los resultados, de modo que pueda ser replicable.

Desarrollo

Redacta 3 frases para explicar a un amigo por qué es necesario realizar un contrato que explicite un compromiso personal y comunidad crítica; antes de hacerlo, asegúrate que en las 3 frases están incluidos todos los aspectos que pretendes compartir:

- Graba (o simula) esa conversación y luego analiza: ¿qué emoción sintieron? ¿Quedaron convencidos?

Desenlace

Sara no solo presenta datos; **muestra el proceso**: sus entrevistas revisadas, su informe contrastado, la verificación de imágenes y el contrato familiar. Sus padres ven que la propuesta no es un capricho sino una decisión informada y crítica: adoptan al perro con protocolos de salud y responsabilidades claras.

Reflexiona…

Pensamiento crítico aplicado a la era digital. En el caso concreto de adoptar un perro, se traduce en **protocolizar la curiosidad**, no aceptar el primer mensaje, verificar las

vacunas, comprobar que un estudio existe antes de usar su cifra y enseñar a la familia a distinguir opinión de dato.

Es una competencia práctica: protege la salud del perro, evita gastos innecesarios, y fortalece la confianza familiar en decisiones importantes.

7. Producción de textos claros, coherentes y creativos

Objetivos de aprendizaje

1. Primer objetivo: organizar las ideas antes de escribir
2. Segundo objetivo: escribir con claridad y coherencia
3. Tercer objetivo: dar un toque creativo que emocione
4. Cuarto objetivo: revisión crítica y pulido final.

"La misión de Sara: escribir el informe perfecto para convencer a sus padres"

Sara **localizó** información fiable, lo ha **verificó** y aplicó **pensamiento crítico** para separar hechos de opiniones. Cuando llegó el momento de la verdad: **escribir un texto claro, persuasivo y creativo** que mostrara todo su trabajo logró que su familia dijera SÍ a la adopción.

Actividad

"Sara y la organización de su informe comunicativo para adoptar un perro"

Conocimientos previos

Antes de escribir un texto, un informe, un mensaje, una receta de cocina ¿planificas lo que vas a decir? ¿te pones a escribir directamente o tienes algo en cuenta? ¿Por qué?

¿Qué beneficio te daría planificar las cosas que vas a decir? ¿Por qué?

¿Sabes explicar cómo se planifica la realización de un informe?

¿Se planifica igual un informe que un mensaje o que una receta de cocina? ¿Por qué?

En cualquier acción que hagas en la vida, ¿es importante planificar? ¿Por qué?

APRENDEMOS

1 Primer objetivo: organizar las ideas antes de escribir

Sara sabía que un buen texto no empieza en el teclado, sino en la **planificación**. Los pasos que dio fueron:

1º Lluvia de ideas o Brainstorming: Repasó sus notas, entrevistas y mapas mentales para sacar todas las ideas sin orden.

2º Jerarquía temática: ordenó todas las ideas en 3 apartados como si fueran cajones:

- Introducción: por qué quiero adoptar.
- Desarrollo: beneficios, evidencias y argumentos para adoptar un perro.
- Conclusión: adoptar un perro.

3º Elección de tipo de texto: decidió hacer un **informe argumentativo** con toques creativos para conseguir adoptar a un perro.

Desarrollo

El informe de Sara:

1. Haz una lluvia de ideas de *mínimo 10* datos o argumentos que Sara pudo usar en su informe (incluye evidencias de las entrevistas, datos verificados, beneficios de salud).
2. Clasifica cada idea en **Inicio**, **Desarrollo** o **Cierre**.
3. Redacta un título atractivo, por ejemplo: *"Un nuevo amigo para toda la familia: informe para adoptar con responsabilidad"*. Recuerda que para expresar las ideas las técnicas de organización de datos (fichas, esquemas, mapas mentales), te van a venir muy bien.

Actividad

"La redacción del informe de Sara"

Conocimientos previos

Tu amigo quiere realizar un informe, ¿qué consejos le darías para que esté bien hecho y sea efectivo?

En la introducción, ¿qué pondrías? ¿Por qué?

En el desarrollo, ¿qué pondrías? ¿Por qué?

En la conclusión, ¿qué pondrías? ¿Por qué?

APRENDEMOS

2 Segundo objetivo: escribir con claridad y coherencia

Con el esquema listo, Sara se centró en que cada párrafo fuera **fluido** y que las ideas estuvieran **conectadas**.

Los pasos que siguió para ello:

1º Regla IDC (Introducción – Desarrollo – Conclusión):

- *Introducción:* Presentación del objetivo (adoptar un perro) conectando con una frase emotiva o un dato impactante.
- *Desarrollo:* Presentación de un párrafo por argumento: el perro aporta salud a las personas, el perro ayuda en la convivencia, con un perro desarrollas tu responsabilidad.
- *Conclusión*: Presentación de un resumen y propuesta clara: *"Por todo lo expuesto, propongo que adoptemos a Rocky"*.

No se olvidó de los "conectores lógicos" para ir ligando las frases del informe (además, sin embargo, por lo tanto, en conclusión).

Y utilizó un **"lenguaje preciso"** evitando adjetivos exagerados y usando la información con propiedad como ella había comprobado.

Desarrollo

Escribe la **introducción** (3-4 líneas) del informe de Sara, incluyendo un dato verificado por un veterinario o de la entrevista que hiciste.

Redacta un párrafo de **desarrollo** que use **al menos dos conectores** para enlazar las ideas.

Termina con una **conclusión motivadora** (máx. 4 líneas) con una propuesta clara.

Mini-checklist

- ¿Cada párrafo tiene una idea principal?
- ¿Las oraciones son claras y directas?
- ¿Las evidencias están citadas o mencionadas con fuente?

Actividad

Conocimientos previos

¿Sabes qué es una narrativa personal y el efecto que produce en las personas?

En un informe comunicativo, ¿es importante que exista una narración personal? ¿Por qué?

¿Sabes qué es una metáfora y qué efecto tiene en un informe o texto escrito? ¿Por qué?

Los recursos visuales como fotos, tablas de datos para mostrar algo, ¿qué beneficios aporta al informe o texto escrito? ¿Por qué?

¿Y la variedad de frases? ¿Por qué en un informe o texto escrito es conveniente realizar frases variadas? ¿Por qué?

APRENDEMOS

3 Tercer objetivo: dar un toque creativo que emocione

Sara quiso que el texto no solo informara, sino que **motivara a sus padres a actuar**.

Para ello plasmó en el informe una variedad de recursos que fueron muy efectivos, por ejemplo:

- Una **narrativa personal**: Este recurso nunca falla porque habla de uno mismo y llega muy bien al que recibe el mensaje. En el informe Sara no se olvidó de comenzar con una anécdota como “cuando paseo por el parque y veo a los perros jugando siento una paz enorme y una ternura que me hace sonreír” ….
- **Metáforas sencillas**: “Un perro es un tesoro de la familia”.
- **Recursos visuales**: tablas de beneficios, una foto del perro en adopción (con permiso y fuente).
- **Variedad de frases**: alternar oraciones largas para análisis y cortas para impacto.

Desarrollo

Parte del informe que hiciste en el desarrollo de la actividad anterior que estaba estructurado en introducción, desarrollo y conclusión, y cambia lo que creas oportuno atendiendo a:

1. Añade una **narrativa personal,** una **metáfora**.
2. Inserta **una foto y un dato numérico** para equilibrar emoción y evidencia.
3. Marca en color diferente las frases más persuasivas.

Actividad

Conocimientos previos

Cuando haces algún trabajo, informe, ¿sientes que es importante revisarlo con "ojo crítico" para dar al trabajo o al informe un toque final mejorado? ¿Por qué?

¿Qué pasos harías tú para revisar con "ojo crítico" un trabajo o un informe con el objetivo de dejarlo terminado en las mejores condiciones? Justifica la respuesta.

¿Tienes la costumbre de revisar con "ojo crítico" un trabajo o un informe para dejarlo terminado en las mejores condiciones, algunas veces o nunca?

¿En tu vida es necesario revisar lo que haces con "ojo crítico" para mejorar?

¿Cómo lo haces y por qué?

APRENDEMOS

Cuarto objetivo: revisión crítica y pulido final

Para terminar el informe, Sara lo **revisó con mirada crítica** del siguiente modo:

1. **Revisión de contenido**: Sara se preguntó ¿los datos son actuales y están bien citados?
2. **Coherencia global**: Sara pensó ¿la conclusión da respuesta a la introducción?
3. **Ortografía y gramática**: Sara corrigió la ortografía del texto y lo leyó en voz alta para comprobar que estaba correctamente escrito.
4. **Retroalimentación**: Sara pidió a un amigo que leyera y evaluara su texto para ver si el texto era claro y convincente.

Desarrollo

Parte del informe que hiciste en el desarrollo de la actividad anterior y pasa el siguiente check-list para revisarlo críticamente y dar el "toque final mejorado".

Aspecto a revisar del informe	Si/No	Necesita mejorar
Contiene el apartado introducción/desarrollo/conclusión		
Una narrativa personal		
Una metáfora		
Datos verificados y actualizados		

Presenta alguna foto		
Uso de conectores lógicos		
Claridad, coherencia y ortografía impecable		
Integración de citas y referencias		
Se presenta con un toque creativo y motivador		

El desenlace

Sara entregó a sus padres un **informe impecable**:

- Los datos provenían de **fuentes fiables** y estaban **verificados**.
- La estructura era **clara y lógica**.
- El estilo escrito era **emocionante pero objetivo**.

Como sabes, sus padres no solo aceptaron la adopción, sino que felicitaron a Sara por la **madurez y profesionalidad** de su informe.

Reflexiona…

La producción de un texto claro, coherente y creativo es la **meta natural** de todo el proceso. Para ello, tan sencillo como:

- Buscar información
- Verificarla
- Pensarla críticamente
- Y finalmente **comunicarla**.

Este método no solo sirve para adoptar un perro: Sirve para escribir un trabajo de clase, redactar un correo profesional o preparar un proyecto que cambie tu vida.

8. Comunicación oral y presentación de información

Objetivos de aprendizaje

1️⃣ Primer objetivo: estructurar una exposición que atrape desde el inicio
2️⃣ Segundo objetivo: dominar el lenguaje verbal y no verbal
3️⃣ Tercer objetivo: integrar recursos visuales y creatividad
4️⃣ Cuarto objetivo: prepararse para preguntas y objeciones

"La misión de Sara: transformar su informe en una presentación que conquistó corazones (y oídos)"

Cuando Sara tuvo su informe sólido: datos verificados, argumentos claros y un texto creativo, dio el último paso: **presentarlo oralmente** a sus padres de forma convincente, ¡para que no solo lo leyeran…! Quiso presentarlo ella para que sus padres sintieran la emoción de adoptar a su nuevo amigo peludo!

Actividad

"La comunicación oral y presentación de la información del informe de Sara que consiguió su sueño"

Conocimientos previos

¿Qué importancia das a la comunicación oral y presentación de la información?

¿Crees que hay una estrategia para presentar las ideas oralmente y la información o no?

¿Tienes tú alguna estrategia que puedas compartir similar a la que utilizó Sara para la comunicación oral y presentación del informe a sus padres consiguiendo adoptar un perro?

¿Puedes hacer una lista con las ideas a tener en cuenta en la comunicación oral y presentación de la información por orden de importancia?

APRENDEMOS

1️⃣ Primer objetivo: estructurar una exposición que atrape desde el inicio

Un buen discurso no se improvisa; se **planifica**.

- **Mapa tell–tell–tell**:
    1. *Diles lo que vas a decir* (introducción).
    2. *Díselo* (desarrollo).
    3. *Recuérdales lo que has dicho* (conclusión).

- **Gancho inicial**: Sara puede empezar con una pregunta emotiva (*"¿Sabíais que un perro puede reducir el estrés familiar en un 30%?"*) o con una mini-anécdota de la entrevista.

- **Puntos clave**: máximo 3-4 ideas, cada una respaldada por un dato o testimonio.

2 Segundo objetivo: dominar el lenguaje verbal y no verbal

Hay que cuidar no solo *qué* dice, sino *cómo* lo dice.

- **Voz**: volumen suficiente, ritmo moderado y pausas estratégicas para dar énfasis.

- **Contacto visual**: mirar a cada interlocutor para generar cercanía.

- **Postura**: erguida, gestos naturales, manos visibles.

- **Muletillas**: evitar "ehhh", "bueno" o "este…". El silencio de una pausa es mejor.

3 Tercer objetivo: integrar recursos visuales y creatividad

La presentación de Sara debe ser **agradable a la vista**, sin restar protagonismo a su voz.

- **Diapositivas minimalistas**: una idea por diapositiva, poco texto y una imagen de calidad (por ejemplo, una foto del perro con su ficha de adopción).

- **Gráficos simples**: tabla de beneficios, esquema de gastos, línea de tiempo para el proceso de adopción.

- **Narrativa**: contar la presentación como una historia introduciendo lo que se quiere (quiero un perro), desarrollando la idea (información verificada y estrategias persuasivas emotivas, bien expresadas), conclusión (afirmar la importancia de adoptar un perro puesto que es el objetivo) y final feliz.

4 Cuarto objetivo: prepararse para preguntas y objeciones

Cuando uno expone alguna intención, se prepara para las posibles preguntas que le pueda hacer. Un consejo muy interesante es anticipar las posibles preguntas y las respuestas. Para ello Sara pensó **qué preguntas le podrían hacer** sus padres ("¿Y si el perro enferma?", "¿Quién lo sacará a pasear todos los días?").

Para **responder a las preguntas** lo más interesante es tener preparados **datos verificados**, por ejemplo:

- **Lista de posibles objeciones**: gastos, tiempo, vacunas.

- **Respuestas breves y basadas en evidencia**: "Según la clínica veterinaria, las vacunas anuales tienen un coste aproximado de…"

- **Técnica de refutación amable**: reconocer la preocupación antes de dar el dato ("Es una buena pregunta, y por eso investigué…").

Desarrollo:

Presentación oral	Pasos
Estructurar una exposición que atrape desde el inicio	1. Escribe un guion de 1 minuto para la introducción que incluya un dato verificado del informe
	2. Enumera en una lista las 3 ideas centrales que defenderás
	3.Prepara una frase de cierre que invite a decidir: "Después de todo lo que hemos comprobado, ¿me acompañan a conocer a Rocky?"

Ensayo frente al espejo

1. Graba un fragmento de 30 segundos.	
2. Evalúa: ¿Mantienes contacto visual mirando a la cámara)? ¿Usas pausas para destacar los datos importantes? ¿Tu lenguaje corporal transmite confianza? No utilizas coletillas, En plan…" "¿Sabes?" / "¿Me entiendes?" "Tipo…"	
3. Anota 2 aspectos a mejorar y repite la grabación.	

Sube la grabación a la plataforma

Por último, realiza una presentación utilizando una herramienta (PowerPoint, Canva, Google Slides) y crea **3 diapositivas**:

1. Portada con título creativo y foto del perro.

2. Gráfico o tabla con beneficios de salud.
3. Cierre con la frase motivadora y un llamado a la acción.

Desenlace

Sara realizó su presentación:

- Inició con una historia breve que enganchó emocionalmente a sus padres.
- Usó diapositivas limpias y datos contrastados.
- Respondió con calma a cada pregunta con datos verificados.

Sus padres no solo escucharon: **se emocionaron y confiaron** en la propuesta. La decisión estuvo tomada: ¡la familia adoptará al nuevo amigo de cuatro patas!

Reflexiona…

La **comunicación oral** es la culminación de todo el proceso. Previamente:

- **Busca información**
- **Verifícala**
- **Piensa críticamente**
- **Escríbela con claridad**
- **Preséntala de forma convincente**

Hablar bien no es solo un talento: es una **competencia que se entrena**. Lo que Sara ha logrado para adoptar a su perro es el mismo método que puede usar mañana para exponer un proyecto en clase, defender una idea en una reunión o convencer a otros de una decisión importante.

9. Actitudes para una comunicación ética y respetuosa para construir una ciudadanía crítica

Objetivo de aprendizaje

1️⃣ Objetivo: Una ciudadanía crítica y responsable se contagia. Construye sociedad

"La misión de Sara fue comunicar con corazón y respeto la importancia de adoptar un perro siendo responsable"

Ahora su reto personal es mantener, en cada conversación y en cada decisión que se produzca con el perro **actitudes que aseguren una comunicación ética y respetuosa**: con su familia, con la protectora de animales y con la comunidad que conocerá a su nuevo amigo.

Para ello tendrá una **actitud exploradora**: preguntar sin prejuicios ("¿Qué cuidados necesita un cachorro?") en vez de dar todo por sabido y una **escucha activa** permitiendo que el interlocutor termine antes de responder, valorando **diversidad de fuentes** (opiniones distintas, incluso si no coinciden con la suya).

1 Objetivo: Una ciudadanía crítica y responsable se contagia. Construye sociedad

Porque…

Se comparten formas de hacer las cosas bien

Uno da ejemplo

Se promueve una convivencia respetuosa entre todos.

Desenlace

Cuando Sara conversa con sus padres, la protectora de animales, el veterinario, sus vecinos, sus amigos…:

- Escucha sin interrumpir.
- Agradece a cada persona su tiempo y conocimiento.
- Es responsable con sus obligaciones.

Su comunicación ética fortalece la confianza de todos.

Reflexiona…

Adoptar un perro es solo un ejemplo.

Estas actitudes son esenciales para **cualquier relación personal, académica o profesional**, porque comunican algo más que datos: comunican **respeto, integridad y compromiso con la verdad**.

AUTOEVALUACIÓN

Punto 3 – Tipos y procedencia de las fuentes de información

Objetivo
Identificar y clasificar distintos tipos de fuentes (orales, escritas y digitales) relacionadas con la compra responsable de un coche eléctrico para una sociedad sostenible.

Conocimientos básicos

- ¿Qué diferencia a una fuente oral de una escrita o digital?
- ¿Por qué es importante conocer la procedencia de una fuente?

Actividad
Imagina que Sara quiere argumentar que tener un coche eléctrico ayuda a reducir la huella ecológica.

1. Localiza **tres fuentes orales**, **tres escritas** y **tres digitales** que puedan aportar datos.
2. Clasifícalas en una tabla indicando tipo, procedencia y breve justificación de su utilidad.

Solucionario orientativo

- **Fuente oral**:

Entrevista a un ingeniero de movilidad sostenible → Explica cómo los coches eléctricos consumen menos energía y contaminan menos en uso diario.

Charla de una ONG ambiental (como Greenpeace o WWF) → Presenta los beneficios ecológicos de reducir emisiones de CO_2 en transporte.

- **Fuente escrita**:

Informe gubernamental sobre transporte y emisiones → Aporta estadísticas oficiales sobre cómo el coche eléctrico reduce gases de efecto invernadero.

Artículo en una revista científica o técnica → Analiza datos de ciclo de vida (producción, uso y reciclaje de baterías).

- **Fuente digital**:

Página oficial del Ministerio de Medio Ambiente → Datos actualizados de planes para coches eléctricos y su impacto ecológico.

Base de datos de la Agencia Internacional de Energía (IEA) → Permite calcular emisiones según el tipo de electricidad usada.

La clasificación es correcta si cada ejemplo corresponde al canal adecuado y se justifica su relevancia.

Punto 4 – Estrategias para localizar, organizar y seleccionar información

Objetivo
Aplicar técnicas de búsqueda, organización y selección de información útil sobre la compra de un coche eléctrico y sostenibilidad.

Conocimientos básicos

- ¿Qué es una palabra clave?
- ¿Qué ventajas tienen las bases de datos académicas frente a un motor de búsqueda común?

Actividad
Usa internet para encontrar **datos actualizados** sobre el impacto positivo de tener un coche eléctrico.

1. Realiza una búsqueda avanzada usando operadores (AND, OR, NOT) y anota las palabras clave.
2. Registra la información en una ficha de resumen digital (dato principal, fuente, fecha, cita breve).
3. Selecciona solo dos datos que realmente apoyen la idea de sostenibilidad y explica por qué los eliges.

Solucionario orientativo

- Búsqueda ejemplo: “coche eléctrico AND sostenibilidad NOT venta”.
- Ficha ejemplo: *“Página oficial del Ministerio de Medio Ambiente → Coches eléctricos y su impacto ecológico.”*
- Criterio de selección: datos actuales, fuente oficial y relación directa con impacto ambiental.

Punto 5 – Evaluación crítica y verificación de datos

Objetivo
Comprobar la fiabilidad de la información encontrada sobre la compra de un coche eléctrico y sostenibilidad, aplicando técnicas de contraste.

Conocimientos básicos

- ¿Qué significa triangulación de fuentes?

- ¿Cómo se hace una búsqueda inversa de imágenes?

Actividad
Encuentra en redes sociales una publicación que afirme que "comprar un coche eléctrico es la mejor opción para salvar el planeta".

1. Verifica si ese dato aparece en **tres fuentes independientes**.
2. Busca el **documento original** (estudio o informe).
3. Comprueba la fecha y autoría.

Solucionario orientativo

- Si el dato no aparece en informes oficiales (por ejemplo, solo en un blog sin respaldo), la fiabilidad es baja.
- Una búsqueda inversa puede revelar que la imagen de un refugio es antigua o pertenece a otro país.
- El estudiante demuestra éxito si identifica al menos una fuente primaria o descarta el dato por falta de evidencia.

Punto 6 – Pensamiento crítico aplicado a la era digital

Objetivo
Analizar mensajes digitales sobre la compra responsable de un coche eléctrico para separar hechos de opiniones y detectar sesgos.

Conocimientos previos

- Diferencia entre hecho y opinión.
- Principales sesgos cognitivos (confirmación, omisión).

Actividad
Lee un artículo que diga algo relacionado con: *"Con un coche eléctrico no solo avanzas tú, también avanza el planeta hacia un futuro más limpio"*.

1. Subraya los **hechos** (datos verificables) y encierra entre paréntesis las **opiniones**.
2. Detecta al menos **un sesgo** (por ejemplo, generalización).
3. Escribe una conclusión revisada que corrija el sesgo.

Solucionario orientativo

- Hecho: “Un coche eléctrico es más eficiente que un coche de gasolina o gasoil.”
- Opinión: “El coche eléctrico es muy caro.”
- Sesgo: Generalización “los coches eléctricos nunca van a poder realizar viajes de más de 500 km”.
- Conclusión corregida: “En la mayoría de los casos, los costos iniciales de los coches eléctricos son elevados, pero el cuidado responsable puede afrontar dichos gastos para la mejora del medio ambiente.”

Punto 7 - Producción de textos claros, coherentes y creativos

Objetivo
Redactar un texto argumentativo breve que integre información verificada y un enfoque sostenible sobre la importancia de los coches eléctricos.

Conocimientos básicos

- Estructura Introducción-Desarrollo-Conclusión.
- Uso de conectores lógicos.

Actividad
Redacta un **informe de 200 palabras** titulado *“El coche eléctrico cuida el planeta”*. Debe contener:

- Introducción con un dato de fuente confiable.
- Dos argumentos de desarrollo (uno social y uno ambiental).
- Conclusión que proponga una acción.

Solucionario orientativo

El texto será adecuado si:

- Presenta un dato inicial citado (ej.: “Según la Agencia Internacional de la Energía (AIE, 2023), en 2022 el uso de coches eléctricos evitó la emisión de más de 80 millones de toneladas de CO_2 en el mundo”).
- Argumento social: El coche eléctrico contribuye al bienestar social porque reduce la contaminación acústica en las ciudades, lo que mejora la calidad de vida de sus habitantes, y además impulsa nuevos empleos en sectores innovadores como las energías limpias y la movilidad sostenible.
- Argumento ambiental: El coche eléctrico disminuye la dependencia de combustibles fósiles, lo que reduce la emisión de gases de efecto invernadero y

ayuda a frenar el cambio climático, además de disminuir la contaminación del aire que afecta a los ecosistemas y a la salud humana.

- Conclusión clara: invito a mi comunidad a considerar el uso del coche eléctrico como una alternativa responsable y sostenible antes de comprar un vehículo de combustión.

Punto 8 - Comunicación oral y presentación de información

Objetivo
Diseñar y ensayar una breve exposición oral que motive a utilizar coches eléctricos como parte de una vida sostenible.

Conocimientos básicos

- Estructura de una presentación (gancho inicial, introducción, desarrollo, cierre).
- Elementos de lenguaje no verbal (voz, gestos, contacto visual).
- Integra recursos visuales y creatividad.
- Prepararse para preguntas y objeciones.

Solucionario orientativo

Gancho inicial: “¿Sabías que un coche eléctrico puede recorrer 100 km gastando menos energía que encender un horno por una hora?”

Introducción: “Hoy quiero hablarles de cómo el coche eléctrico representa una opción limpia y responsable para nuestra movilidad.”

Desarrollo: “Este tipo de vehículo reduce emisiones, mejora la calidad del aire en las ciudades y abre oportunidades para una economía más sostenible.”

Cierre: “Si pensamos en el futuro del planeta, el coche eléctrico no es una moda, es una necesidad.”

Lenguaje no verbal (voz): Mantén un tono firme y entusiasta para transmitir convicción.

Lenguaje no verbal (gestos): Acompaña tus ideas con gestos naturales que refuercen lo que dices.

Lenguaje no verbal (contacto visual): Mira al público para generar confianza y cercanía.

Recursos visuales y creatividad: Usa una diapositiva con imágenes comparativas de contaminación en ciudades con y sin coches eléctricos.

Prepararse para preguntas y objeciones: “Si alguien me preguntara por el costo de las baterías, explicaría que su precio ha bajado más del 80 % en la última década, y sigue disminuyendo.”

Aviso legal

El contenido de esta unidad se ha desarrollado de acuerdo con lo establecido a la legislación vigente y en especial con el Real Decreto 659/2023, de 18 de julio, por el que se desarrolla la ordenación del Sistema de Formación Profesional, modificado por el RD 658/2024, y con el RD 86/2025 de 11 de febrero, de evaluación y acreditación de las competencias básicas adquiridas por experiencia laboral, por vías no formales de formación y aprendizajes informales.

Todos sus contenidos, incluyendo los textos, imágenes, sonido y cualquier otro material, sobre los que no se indique algo en contra, son propiedad del Ministerio de Educación, Formación Profesional y Deportes, a excepción de los elementos con licencias GNU, CC y derivados cuyas condiciones se especifican en sus respectivas licencias. La utilización de recursos de terceros se ha realizado respetando las licencias de distribución que son de aplicación, acogiéndose igualmente a los artículos 32.3 y 32.4 del Texto Refundido de la Ley de Propiedad Intelectual, aprobado por el Real Decreto Legislativo 1/1996, de 12 de abril, y modificado por la Ley 21/2014, de 4 de noviembre.

Si en algún momento existiera en los materiales algún elemento cuya utilización y difusión no estuviera permitida en los términos que aquí se hace, es debido a un error, omisión o cambio de licencia original.

Si el usuario detectara algún elemento en esta situación podrá comunicarlo al CIDEAD para que tal circunstancia sea corregida de manera inmediata.

En estos materiales se facilitan enlaces a páginas externas sobre las que el CIDEAD no tiene control alguno, y respecto de las cuales declinamos toda responsabilidad.

MINISTERIO DE EDUCACIÓN, FORMACIÓN PROFESIONAL Y DEPORTES
Cofinanciado por la Unión Europea
Unidad de Orientación Profesional y Aprendizaje a lo largo de la Vida
cidead Centro para la Innovación y Desarrollo de la Educación a Distancia

Curso de formación preparatorio para el acceso a Ciclos Formativos de Grado Superior

COMPETENCIA EN LENGUA CASTELLANA

Unidad 2

¿Cuál es tu historia?



Índice

1. Introducción 3
2. ¿Qué vas a aprender y por qué te será útil en tu día a día? 3
3. La comunicación: entender el mensaje 4
    1. Primer objetivo: identificar y describir los elementos que intervienen en un acto comunicativo 5
    2. Segundo objetivo: analizar las relaciones entre los elementos y las funciones comunicativas del lenguaje. 7
    3 Tercer objetivo: reconocer las implicaturas, los sobreentendidos y otros elementos pragmáticos de la comunicación. 8
4. Tipos de discursos orales y escritos 11
    1 Primer objetivo: diferenciar las características esenciales entre el discurso oral y el escrito. 12
    2 Segundo objetivo: aplicar los criterios de adecuación para seleccionar el tipo de discurso, registro y léxico apropiados para cada situación comunicativa. 14
5. Tipos de discursos escritos 15
    1 Primer objetivo: diferenciar los principales tipos de discurso escrito 18
    2 Segundo objetivo: reconocer las intenciones comunicativas implícitas y las funciones comunicativas asociadas a cada tipo de discurso. 21
    3 Tercer objetivo: aplicar los criterios de adecuación para redactar comunicaciones interpersonales formales 24
6. Tipos de discursos orales 26
    1 Primer objetivo: diferenciar los principales tipos de discurso oral. 28
    2 Segundo objetivo: reconocer las intenciones comunicativas. 30
    3 Tercer objetivo: adecuar el discurso a cada situación comunicativa 31
7.Autoevaluación 34
8.Solucionario autoevaluación 41

1. Introducción

Esta unidad se centrará en el proceso integral de la comunicación: cómo decidir qué decir y, crucialmente, cómo y por qué decirlo (o escribirlo) de una manera u otra. Aprenderás que no es lo mismo persuadir en un discurso oral espontáneo que informar en un correo electrónico profesional. Te proporcionaremos las herramientas para dominar la **adecuación comunicativa** y seleccionar el tipo de discurso, el léxico y el registro perfectos para cada situación.

2. ¿Qué vas a aprender y por qué te será útil en tu día a día?

El **objetivo principal** de esta unidad es convertirte en un **comunicador consciente** y estratégico, capaz de adecuar su mensaje tanto al medio oral como al escrito.

1. **Diferenciación de discursos (oral y escrito):** aprenderás las características esenciales que distinguen la **comunicación oral** (espontaneidad, importancia del no verbal) de la **escrita** (rigor, permanencia). En la vida cotidiana, esto te permitirá elegir el canal más efectivo para tu propósito: Saber cuándo un correo electrónico es mejor que una llamada, o cuándo un pitch rápido es superior a una presentación de diapositivas.

2. **Intenciones y adecuación comunicativa:** reconocerás las **funciones del lenguaje** y las aplicarás para seleccionar el tipo de discurso, registro y léxico apropiados para cada situación. Dominarás los criterios de adecuación para asegurar que tu mensaje no solo se entienda, sino que cumpla su intención real. Esta sección es esencial para tu vida digital: te ayudará a redactar **comunicaciones interpersonales formales (correos electrónicos)** y a dominar el arte de la **persuasión interpersonal** (entrevistas).

3. **Dominio del discurso oral**: te centrarás en la aplicación práctica de los criterios de adecuación para la comunicación interpersonal oral (entrevistas, audios).

4. **Actitudes éticas y rigor:** Finalmente, se reforzará la importancia del rigor y la ética en ambos tipos de comunicación. Cultivarás una actitud de

respeto y honestidad en tus interacciones, practicando la escucha activa en lo oral y la revisión exhaustiva en lo escrito. La meta es que logres un compromiso personal para comunicar tus ideas con claridad, rigor y ética, contribuyendo a un entorno comunicativo más responsable.

Al finalizar esta unidad, serás capaz de moverte con destreza y seguridad en la complejidad de la comunicación, seleccionando y ejecutando la estrategia de discurso (oral o escrito) más efectiva para alcanzar tus objetivos.

3. La comunicación: entender el mensaje

Objetivos de aprendizaje

1 Primer objetivo: identificar y describir los **elementos de la comunicación.**

2 Segundo objetivo: relacionar los **elementos de la comunicación** y **las funciones del lenguaje.**

3 Tercer objetivo: reconocer **otros elementos pragmáticos** de la comunicación.

"La misión de Alejandro: convencer a su entorno de la efectividad de la app que ha creado"

Imagina a Alejandro, un joven estudiante de grado superior con una idea: ha desarrollado una aplicación simple para ayudar a organizar los apuntes. Al principio, Alejandro solo tenía un mensaje: *"Mi app organiza los apuntes."* Era cierto, pero no tenía impacto. Se dio cuenta de que tenía que transformar ese mensaje simple en un **discurso** estructurado con una **intención** clara: persuadir a sus compañeros de usarla y convencer a un profesor de darle una buena nota por el proyecto.

Para tener éxito, Alejandro sabe que no solo necesita una buena aplicación, sino también contar una **historia** que convenza de lo buena que es, por lo que debe conocer cómo y de qué forma contar esa historia.

Durante su presentación en clase, su profesor, una figura clave para su calificación, le dice: **"***La funcionalidad principal es buena, pero la curva de aprendizaje para un usuario nuevo es alta***."**

Alejandro no sabe si esto es una crítica destructiva que pone en riesgo su nota, o un consejo valioso para mejorar. Él sabe que la comunicación son más que palabras, así que inicia una aventura (contigo) él para desentrañar el significado detrás del mensaje y transformar el feedback en éxito.

Actividad

Alejandro necesita desglosar el mensaje clave de su profesor: *"La funcionalidad principal es buena, pero la curva de aprendizaje para un usuario nuevo es alta."*

Conocimientos previos:

Alejandro te pide que completes la tabla basándote en la frase de su profesor.

En el caso de analizar la frase del profesor, ¿qué harías para identificar cada elemento?

Elemento de la comunicación	Definición en el contexto	Identificación en el ejemplo
Emisor		
Receptor		
Mensaje		
Código		
Canal		
Contexto		

APRENDEMOS

1. Primer objetivo: identificar y describir los elementos que intervienen en un acto comunicativo

La comunicación requiere de la interacción de al menos seis elementos para que el mensaje se transmita:

- **Emisor:** codifica el mensaje.
- **Receptor:** decodifica el mensaje porque emisor y receptor comparten el mismo código.
- **Mensaje:** el contenido.
- **Código:** el idioma o el sistema de signos.
- **Canal:** el medio físico.
- **Contexto:** la situación que permite comprender el mensaje.

Actividad

Alejandro necesita aplicar estos elementos a otros contextos para practicar la identificación.

Identifica los elementos de la comunicación para cada contexto proporcionado.

Elemento de la comunicación	Contexto: Alarma de humo sonando	Contexto: Un semáforo en rojo	Contexto: Un emoji de pulgar arriba en un chat
Emisor			
Receptor			
Mensaje			
Código			
Canal			
Contexto			

Función comunicativa	¿Presente en el mensaje? (Sí/No)	Justificación y relación con el elemento dominante
Referencial (Centrada en el contexto)		
Emotiva/expresiva (centrada en el emisor)		
Conativa/apelativa (centrada en el receptor)		
Fática (centrada en el canal)		
Metalingüística (centrada en el código)		
Poética (centrada en el mensaje)		

APRENDEMOS

2. Segundo objetivo: analizar las relaciones entre los elementos y las funciones comunicativas del lenguaje.

Cada acto comunicativo tiene un propósito dominante, llamado **función comunicativa o función del lenguaje**, que se centra en uno de los seis elementos:

- **F. Referencial (contexto):** informar sobre la realidad. (*"La app tiene 50 descargas."*)
- **F. Emotiva (emisor):** expresar sentimientos u opiniones. (*"¡Estoy muy orgulloso de mi primera app!"*)
- **F. Conativa/Apelativa (receptor):** influir o dar órdenes. (*"¡Descarga la app ahora y pruébala!"*)
- **F. Fática (canal):** abrir, cerrar o mantener el canal. (*"¿Ves la pantalla? ¿Se me escucha?"*)
- **F. Metalingüística (código):** hablar sobre el lenguaje mismo. (*"UX significa 'Experiencia de Usuario'."*)
- **F. Poética (mensaje):** crear belleza o énfasis en la forma del mensaje. (*"Una aplicación tan fluida como la seda."*)

Desarrollo

Ahora que ya conoces las funciones comunicativas del lenguaje y su relación con los elementos de la comunicación, vuelve a completar la tabla.

Función comunicativa o Función del lenguaje	¿Presente en el mensaje? (Sí/No)	Justificación y relación con el elemento dominante
F. Referencial (Centrada en el contexto)		
F. Emotiva/expresiva (centrada en el emisor)		
F. Conativa/apelativa (centrada en el receptor)		
F. Fática (centrada en el canal)		
F. Metalingüística (centrada en el código)		
F. Poética (centrada en el mensaje)		

Responde: ¿está solo informando de un hecho, o está tratando de influir en una acción futura (la mejora de la app)?

Actividad

Alejandro ha identificado los elementos y las funciones, pero aún no entiende el significado real que tendrá en su nota.

Conocimientos previos

La frase del profesor ("La funcionalidad principal es buena, pero la curva de aprendizaje para un usuario nuevo es alta") podría implicar:

1. *Implicatura 1 (Positiva):* "El proyecto tiene un gran potencial. Si mejoras la usabilidad, la nota será excelente. **Te estoy dando la clave del éxito**."
2. *Implicatura 2 (Negativa):* "El fallo de usabilidad es tan grave que no cumple los requisitos para aprobar, a menos que lo soluciones. **La app no está lista**."

¿En el caso de interpretar una frase como esta, qué elementos no verbales tendrías en cuenta para descifrar la intención real?

¿Es lo mismo el **mensaje** que la **intención**?

¿Por qué?

APRENDEMOS

3 Tercer objetivo: reconocer las implicaturas, los sobreentendidos y otros elementos pragmáticos de la comunicación.

La **Pragmática** estudia lo que *queremos decir* frente a lo que *literalmente decimos*. Aquí es donde entran:

- **Implicaturas:** inferencias que el receptor hace para entender el significado no explícito. Si un profesor dice: *"Este proyecto será un punto clave en tu currículum,"* la implicatura es: *Asegúrate de que el proyecto esté impecable*.
- **Actos de habla:** lo que hacemos con las palabras (prometer, ordenar, sugerir).
- **Principio de Cooperación:** supone que en toda conversación somos veraces, relevantes y claros (máximas de Grice). Cuando se rompe una máxima, generalmente es para generar una implicatura.

Desarrollo

Actividad

Alejandro sabe que la evaluación del profesor no es solo una descripción, sino un acto de habla que busca un resultado.

Analizado el acto de habla del profesor, ¿qué apartados abordarías para entender el significado real? Completa la tabla.

Apartado de análisis	Justificación para Alejandro
Fuerza ilocutiva	
Principio de Cooperación (Grice)	
Contexto pragmático	
Elementos no verbales	

Ahora, realiza un análisis para Alejandro sobre la frase, identificando bien los pasos llevados a cabo para interpretar su intención.

Análisis pragmático del mensaje "La funcionalidad principal es buena, pero la curva de aprendizaje para un usuario nuevo es alta."

Emisor:

Mensaje:

Objetivo de Alejandro:1. Análisis de la fuerza ilocutiva

2. Análisis de implicaturas (significados posibles)

- Implicatura A (optimista).
- Implicatura B (relevancia).

3. Recomendación a Alejandro

4. Frase recomendada para Alejandro:

Si tuvieras que dar un consejo a un amigo tuyo que te pregunta sobre cómo entender lo que *realmente* quiere decir alguien, ¿qué le dirías?

Desenlace

Alejandro, en lugar de desanimarse, usa la pragmática y la función **conativa** de su respuesta para transformar la crítica en una propuesta de mejora.

Alejandro responde al profesor: **"*Comprendo perfectamente que la curva de aprendizaje es un obstáculo clave. ¿Podría centrar mi trabajo final en implementar un tutorial interactivo de onboarding para resolver ese problema?*"**

El profesor asiente y sonríe: "Eso demostraría que has analizado el problema y tienes la capacidad de resolverlo. Sigue por ahí, Alejandro."

Alejandro ha transformado una ambigüedad en una **condición clara para la excelencia**.

Moraleja: dominar los elementos y las funciones de la comunicación, junto con la pragmática (implicaturas y actos de habla), no es solo una habilidad académica: Es un **superpoder** profesional que te permite descifrar el feedback, transformar las críticas en oportunidades y persuadir a tu audiencia de la calidad de tu trabajo.

4. Tipos de discursos orales y escritos

Objetivos de aprendizaje

1 Primer objetivo: diferenciar las características esenciales entre el discurso oral y el escrito.
2 Segundo objetivo: aplicar los criterios de adecuación para seleccionar el tipo de discurso, registro y léxico apropiados para cada situación comunicativa.

“La misión de Alejandro: crear para su app un discurso persuasivo”

Alejandro, después de descifrar la crítica de su profesor, se prepara para la entrega final de su aplicación. Sabe que no basta con arreglar la curva de aprendizaje; debe dominar dos tipos de comunicación para garantizar el éxito:

1. El **discurso oral** (la presentación final o *speech* ante el profesor y posibles inversores).
2. El **discurso escrito** (la memoria técnica, la documentación del proyecto y el manual de usuario).

Actividad

Alejandro necesita tu ayuda para entender las reglas no escritas de cada formato y asegurarse de que su mensaje tenga el máximo impacto en cada audiencia.

Conocimientos previos

Alejandro **debe diferenciar cómo se presentan las mismas ideas de su app en dos formatos distintos**: el discurso oral (su presentación de 5 minutos) y el discurso escrito (el informe técnico de 20 páginas).

Si Alejandro presenta su app frente al profesor (oral) y luego le entrega la documentación (escrito), ¿qué tres diferencias fundamentales notaría el profesor entre ambos formatos?

Completa la tabla analizando las características de cada tipo de discurso en el contexto de la app:

Aspecto	Discurso oral	Discurso escrito (informe técnico)
Canal dominante		
Tiempo/permanencia		
Corrección y estructura		
Contexto		
Recursos de apoyo		

APRENDEMOS

1 Primer objetivo: diferenciar las características esenciales entre el discurso oral y el escrito.

Dominar la comunicación implica reconocer las diferencias estructurales entre la oralidad y la escritura:

Característica	Discurso oral	Discurso escrito
Inmediatez y Canal	Es efímero y auditivo. Permite la retroalimentación inmediata (el receptor puede interrumpir).	Es permanente y visual. La retroalimentación es diferida (lector y autor no están presentes).
Corrección	Es menos formal, más espontáneo. Abundan las repeticiones, las elipsis y la deixis (uso de *aquí, ahora, esto*).	Es más formal, planificado y estructurado. Debe ser gramaticalmente impecable.
Recursos	Se apoya en el contexto no verbal (gestos, tono, contacto visual, *slides*/diapositivas).	Requiere cohesión léxica y gramatical (conectores, sinónimos, referencias internas).

Desarrollo

Alejandro ha aprendido a diferenciar los formatos, pero ahora debe aplicar el criterio de adecuación. No puede usar el mismo lenguaje para hablarle al profesor (que necesita precisión técnica) que para escribirle al usuario (que necesita claridad y sencillez).

Actividad

Indica cómo debería adaptar Alejandro su discurso en las siguientes situaciones:

Situación comunicativa	Audiencia	Registro lingüístico requerido	Adaptación del léxico (ejemplo)
Documentación de la app			
Manual de usuario			
Presentación oral			
Mensaje de error en la app			

¿Qué pasaría si Alejandro usara el registro técnico del informe para escribir el Manual de usuario?

Actividad

Alejandro sabe que la clave del éxito es la adecuación. La adecuación implica que el mensaje debe ser apropiado para el tema, el canal y, sobre todo, la audiencia.

Conocimientos previos

Analiza qué implicaría la falta de adecuación en el proyecto de Alejandro:

Situación crítica	Discurso usado (incorrecto)	Consecuencia de la inadecuación
Pitch al inversor	Léxico coloquial, mucha redundancia.	
Manual de usuario	Lenguaje técnico y formal del informe.	
Informe técnico	Uso de muletillas y frases inacabadas.	

APRENDEMOS

2 Segundo objetivo: aplicar los criterios de adecuación para seleccionar el tipo de discurso, registro y léxico apropiados para cada situación comunicativa.

La **adecuación** es la propiedad textual que establece la relación apropiada entre el mensaje y los elementos externos de la comunicación (emisor, receptor, contexto).

Para lograr la adecuación, se debe elegir:

- **Registro:** el grado de formalidad (formal, informal, técnico, especializado).
- **Tema/contenido:** la selección de la información relevante (un inversor no quiere leer el código fuente; un técnico sí).
- **Léxico:** las palabras específicas. *Ejemplo: para un usuario se dice "falló la aplicación", para un informe técnico se dice: "Error en el protocolo de manejo de excepciones."*

Desarrollo

Entrando en cada contexto, determina el tipo de discurso principal (oral o escrito) y evalúa si la adecuación es alta o baja:

Contexto	Tipo de discurso	Audiencia y propósito	Adecuación (alta/baja) y por qué
Grabación de un video tutorial de la app			
Responder un email oficial			

del profesor sobre la nota			
Dejar un comentario en un foro de desarrollo sobre un bug			

Si tuvieras que darle un consejo a Alejandro sobre cómo asegurarse de que su discurso oral sea tan efectivo como su escrito, ¿qué le dirías?

Desenlace

Alejandro, armado con la teoría, presentó su *pitch* con el **registro persuasivo-formal** (adecuado para inversores) y entregó una documentación con el **registro técnico** (adecuado para el profesor), además de un **manual divulgativo** (adecuado para el usuario).

Al diferenciar y adecuar sus discursos, Alejandro no solo demostró sus habilidades técnicas, sino también su **competencia comunicativa**. El proyecto fue un éxito, el profesor le dio una nota excelente, y, lo más importante, su app empezó a ganar usuarios.

Moraleja: la comunicación eficaz no es decir la verdad, sino **saber adaptar la verdad** a quien te escucha. Dominar el discurso oral y escrito, junto con el arte de la adecuación, convierte un buen proyecto en un proyecto exitoso.

5. Tipos de discursos escritos

Objetivos de aprendizaje

1 Primer objetivo: diferenciar los principales tipos de discurso escrito (narrativo, descriptivo, expositivo, argumentativo, instructivo).
2 Segundo objetivo: reconocer las intenciones comunicativas implícitas y las funciones comunicativas asociadas a cada tipo de discurso.

3 Tercer objetivo: aplicar los criterios de adecuación para redactar comunicaciones interpersonales formales (correo electrónico, currículum).

"Qué necesita Alejandro: conseguir una oportunidad profesional con un CV y un e-mail perfectos"

Después del éxito de su presentación, **Alejandro** busca una beca o un puesto junior. Su aplicación es un gran ejemplo de sus habilidades, pero necesita transformarla en documentos escritos que le abran puertas.

Actividad

Alejandro sabe que un currículum (CV) es un discurso escrito complejo que debe persuadir en menos de 60 segundos, y un email profesional es la llave de entrada. Alejandro te pide ayuda para clasificar su información y adecuar su discurso al contexto más formal y personal: el mercado laboral.

Conocimientos previos

Redacta un correo electrónico profesional en que Alejandro presenta su candidatura **para solicitar un puesto de desarrollador junior.**

Estos son los datos que necesitas:

Nombre del CEO	Sara Benavides
Puesto del CEO	CEO y Fundadora, TechInnovate Global
Correo electrónico	sara.benavides@techinnovate.com
Puesto a solicitar	Desarrollador Junior de Aplicaciones Web

Escríbelo aquí:

Actividad

Alejandro tiene toda la información de su app, pero debe clasificarla según el tipo de discurso para usarla en el lugar correcto (CV, manual, informe).

Conocimientos previos

Si Alejandro tiene que escribir una sección sobre "Ventajas de la App vs. Competidores", ¿qué tipo de discurso debe usar y por qué?

Clasifica los siguientes fragmentos de la documentación de Alejandro:

Contenido de la app	Tipo de discurso principal	Justificación (intención)
La sección "Cómo empezó todo" En el blog.		
Las especificaciones de los botones y la paleta de colores de la interfaz.		
El capítulo sobre la lógica del algoritmo de indexación de notas.		
El informe para inversores sobre el Re*torno de la Inversión* (ROI) esperado.		
El tutorial paso a paso para configurar las notificaciones en la app.		

APRENDEMOS

1 Primer objetivo: diferenciar los principales tipos de discurso escrito

Alejandro sabe que debe adecuar su discurso escrito según el enfoque que quiera darle a ese discurso.

El discurso escrito se clasifica por la superestructura o la forma en que el emisor organiza la información. Cada tipo de texto tiene reglas internas de ordenación que el receptor espera encontrar.

Tipo de discurso	Enfoque principal	Pregunta clave	Estructura típica
1. Narrativo	Secuencia de acciones en el tiempo.	¿qué ocurrió?	Planteamiento, nudo, desenlace. Ejemplo: *"Hace un año, comencé a desarrollar..."*
2. Descriptivo	Rasgos, cualidades y detalles de un objeto, persona o lugar.	¿cómo es?	Presentación del objeto, y enumeración de sus partes/cualidades. Ejemplo: *"La interfaz es limpia, con un diseño minimalista.".*
3. Expositivo	Explicación objetiva y desarrollo de un tema.	¿por qué es así? / ¿qué es?	Introducción, desarrollo (por ejemplo, ideas principales y secundarias), conclusión. Ejemplo: *"La app utiliza un algoritmo hash para la indexación de datos."*
4. Argumentativo	Tesis, pruebas y razonamientos para convencer al receptor.	¿qué pienso y por qué debe pensar así?	Tesis (o idea principal), argumentos (pruebas), refutación (opcional), conclusión. Ejemplo: *"Esta app no es solo un proyecto, es la solución más eficiente del mercado."*
5. Instructivo	Pasos a seguir para realizar una acción.	¿cómo se hace?	Objetivo, materiales/recursos, pasos o secuencia de acciones (con verbos en infinitivo o imperativo). Ejemplo: *"Pulsa sobre la nueva carpeta y selecciona "Nuevo Apunte"."*

Desarrollo

Lee los siguientes fragmentos de texto que Alejandro podría usar y, basándote en su estructura y propósito, identifica a qué t**ipo de discurso** pertenece cada uno.

Fragmento de Texto	Pregunta Clave (Identificada)	Tipo de Discurso
"Primero, pulsa el ícono de '+' en la esquina superior derecha. Segundo, completa los campos obligatorios. Finalmente, haz clic en 'Guardar'."	¿Cómo se hace?	
"La aplicación utiliza un algoritmo de encriptación de 256 bits, que garantiza que los datos sean ilegibles sin la clave. Esta tecnología es un estándar industrial..."	¿Qué es? / ¿Por qué es así?	
"La nueva interfaz de usuario es limpia, con una paleta de colores minimalista y una tipografía Sans Serif de alta legibilidad, diseñada para reducir la fatiga visual."	¿Cómo es?	
"Esta app no es solo una herramienta, es la única solución del mercado que combina eficiencia y seguridad sin compromisos. Por lo tanto, es su mejor inversión a largo plazo."	¿Qué pienso y por qué debe pensar así?	
"Todo comenzó en 2022 con una simple idea en una servilleta. Tras meses de desarrollo y una crisis superada en la fase de pruebas, lanzamos la versión beta en enero de 2024."	¿Qué ocurrió?	
"Para iniciar sesión, introduzca su correo electrónico y contraseña. Si no tiene cuenta, seleccione la opción 'Regístrese aquí' y siga los pasos indicados."	¿Cómo se hace?	
"La funcionalidad principal de nuestra app se basa en el principio de la organización modular, dividiendo las tareas en unidades lógicas para optimizar el flujo de trabajo."	¿Qué es? / ¿Por qué es así?	
"La pantalla de inicio se caracteriza por tener un fondo oscuro suave, con tarjetas flotantes que proyectan una sutil sombra y botones de acción primaria en color naranja vibrante."	¿Cómo es?	
"Nuestros competidores ofrecen precios más bajos, pero carecen de la funcionalidad de sincronización en tiempo real. Esto demuestra que	¿Qué pienso y por qué debe pensar así?	

la calidad y la robustez de la plataforma justifican totalmente su coste."		
"En la primera semana, superamos las 10,000 descargas, un hito inesperado que nos llenó de energía para seguir desarrollando nuevas funcionalidades para nuestra comunidad de usuarios."	¿Qué ocurrió?	

Actividad

Alejandro ahora entiende que cada tipo de discurso tiene una intención clara, y esta intención se relaciona directamente con las funciones comunicativas que ya estudió.

Conocimientos previos

Relaciona el tipo de discurso con su **intención (propósito)** y la **función comunicativa dominante**:

Tipo de discurso escrito	Intención comunicativa típica	Función comunicativa dominante
Narrativo		
Descriptivo		
Expositivo		
Argumentativo		
Instructivo		

¿Cuál es la función comunicativa dominante en el CV que Alejandro está preparando? ¿Por qué?

APRENDEMOS

2 Segundo objetivo: reconocer las intenciones comunicativas implícitas y las funciones comunicativas asociadas a cada tipo de discurso.

Alejandro reconoce en los tipos de discurso escrito que, incluso las fuentes “serias”, pueden tener intereses ocultos.

Función del lenguaje (intención)	**Elemento enfocado**	**Objetivo del emisor (intención comunicativa)**	**Tipos de discurso asociados**
Función referencial (o informativa)	El contexto o la realidad	Transmitir información de forma objetiva, sin opiniones.	Expositivo (principalmente), narrativo (noticias).
Función expresiva (o emotiva)	El emisor	Expresar sentimientos, emociones o su estado de ánimo.	Descriptivo (literario), cartas personales, diarios.
Función apelativa (o conativa)	El receptor	Influir en el receptor, convencerlo o lograr que haga algo.	Argumentativo (principalmente), instructivo, publicidad.
Función fática	El canal	Abrir, cerrar o verificar que el canal de comunicación sigue abierto.	Conversaciones informales ("¿me oyes?", "Ajá", "Hola").
Función metalingüística	El código	Explicar o definir el propio lenguaje (el código).	Definiciones, diccionarios, gramáticas.
Función poética	El mensaje	Centrarse en la belleza o la forma del mensaje mismo.	Poesía, recursos retóricos en publicidad.

Desarrollo

Alejandro está analizando diferentes fragmentos de prensa y publicidad sobre una nueva app de la competencia que promete ser "revolucionaria". Su misión es actuar como analista de intenciones para detectar el propósito dominante en cada mensaje.

Completa la siguiente tabla para cada tipo de fragmento identificando lo siguiente:

- tipo de discurso (narrativo, descriptivo, expositivo, argumentativo, instructivo).

- función de lenguaje dominante (referencial, expresiva, apelativa, poética).

- Justifica por qué elegiste esa función, señalando la intención oculta o explícita del autor.

Fragmento de texto	Tipo de discurso	Función dominante	Justificación y elementos clave
"La interfaz de esta app es un canto de cisne digital, una coreografía de colores pastel que acaricia la mirada. Sentirás que el éxito está al alcance de tu mano."			
"Hemos verificado que el 78% de los usuarios que la emplearon durante tres meses reportaron una mejora del 40% en su productividad. Esta data fue recolectada por un instituto independiente."			
"¡no seas el último! La oferta termina en 24 horas. Adquiérela ahora y transforma tu vida profesional. ¡haz clic y empieza hoy!"			
"El error de software 'código 103' se define como una falla en la sincronización del backend con el frontend, lo cual impide la correcta indexación de los datos en tiempo real."			
"Sinceramente, estoy frustrado de que la prensa no vea lo brillante que es esta aplicación. Refleja mi sueño de crear algo funcional y hermoso, ¡y solo hablan del precio!"			

Actividad

Alejandro entiende que debe adecuar su discurso al nuevo contexto, transformando sus experiencias en documentos persuasivos. Te pide ayuda para clasificar y adecuar la información a los diferentes escenarios que se le presentan.

Conocimientos previos

Escenario 1. Adecuación del currículum (CV) - registro persuasivo
Situación: Alejandro tiene que describir su participación en un proyecto de prueba. La realidad es que "ayudó a instalar las bases de datos de prueba".

Pregunta: ¿Cuál de estas opciones es la **más adecuada** para el CV?

A."Me lo pasé bien ayudando a los compañeros a poner las bases de datos en marcha para hacer pruebas."
B."Desplegué y configuré entornos de bases de datos (SQL y NoSQL) para el staging del proyecto, asegurando la infraestructura de pruebas para el QA (Control de Calidad)."

C. "Instalé las bases de datos de prueba."

Escenario 2. La firma del correo electrónico - nivel de formalidad

Situación: Alejandro va a enviar un correo a la directora de Recursos Humanos de una gran empresa para adjuntar su CV.

Pregunta: ¿Cuál de las siguientes firmas es la más **adecuada** para un primer contacto profesional formal?

A. "Alejandro T. (Tu próximo desarrollador), Saludos!"
B. "Atentamente, Alejandro Torres Desarrollador Junior de Software [Su número de teléfono | Su LinkedIn]"
C. “A la espera de su grata respuesta, me reitero a su disposición para cualquier aclaración que estime oportuna. Reciba un saludo muy afectuoso."

Escenario 3. Tono del correo de presentación - el destinatario

Situación: Alejandro escribe a dos destinatarios diferentes sobre el mismo tema (su candidatura):

> **Destinatario A:** el CEO de la empresa (máxima jerarquía).
> **Destinatario B:** un colega desarrollador que lo recomendó (igual de jerarquía y confianza).

Pregunta: ¿Cuál es el error de **adecuación al destinatario** que debería evitar Alejandro?

A. Usar el mismo cuerpo de correo formal para el CEO y para el colega.
B. Usar un registro de absoluta confianza (ej. "Hola bro, te mando mi CV") al dirigirse al CEO.
C. Usar un registro formal (ej. "Estimado/a") con ambos, manteniendo la cortesía, pero adaptando el cuerpo del mensaje.

APRENDEMOS

3 Tercer objetivo: aplicar los criterios de adecuación para redactar comunicaciones interpersonales formales

La **adecuación** es la propiedad textual más importante para la comunicación efectiva. Se refiere a la capacidad de un texto para adaptarse a los tres factores clave de la situación comunicativa:

> **El destinatario (¿a quién se dirige?)**: nivel de conocimiento, relación jerárquica (jefe, colega, cliente).
> **El tema y el propósito (¿de qué y para qué?)**: informar, solicitar, persuadir, expresar sentimientos.
> **El canal o contexto (¿dónde y cómo se escribe?)**: un correo formal, un *chat* rápido de equipo, una publicación en redes sociales.

Un texto es **adecuado** si cumple con la **norma social y funcional** del contexto.

Los registros del lenguaje: formal e informal

El componente esencial de la adecuación es la elección del **registro de lenguaje** apropiado. El registro define cómo usamos el idioma en función de la relación con el destinatario.

Registro	**Comunicación formal**	**Comunicación informal**
Relación	Distante, jerárquica (jefe, cliente, *partner*).	Cercana, entre pares (amigos, colegas cercanos).
Finalidad	Oficial, seria, técnica, profesional.	Lúdica, personal, expresiva.
Léxico	Preciso, rico, técnico, sin abreviaturas ni coloquialismos.	Coloquial, uso de muletillas, *slang* (jerga), abreviaturas, emojis.
Sintaxis	Estructuras complejas, frases largas, sin elipsis.	Estructuras simples, frases cortas, interjecciones.
Ejemplos	Correo a un cliente, informe oficial, artículo académico.	*Chat* de WhatsApp, mensaje interno del equipo, notas personales.

En el entorno de trabajo digital (como en el de Alejandro), la adecuación es vital. Usar el registro incorrecto puede generar malentendidos, falta de profesionalidad o, incluso, ofensa.

1. El correo electrónico profesional (registro formal o estándar)

El correo electrónico, incluso entre colegas, requiere un nivel de formalidad que garantiza claridad y respeto por el tiempo del otro.

> **Saludo y despedida:** siempre presentes y apropiados. (ejemplo: "Estimado/a [nombre]" / "Saludos cordiales").
> **Asunto claro:** debe reflejar el contenido y la urgencia. (ejemplo: "Revisión: mockup módulo de *login*").

Estructura clara: introducción (propósito), cuerpo (detalles), conclusión (solicitud o acción requerida).

2. Mensajería instantánea (chat profesional) (registro estándar o informal controlado)

Las plataformas como Slack o Teams permiten un registro más ágil, pero siempre debe primar la claridad profesional.

Brevedad vs. Claridad: se admiten frases cortas, pero no se debe sacrificar la claridad por la brevedad. Evitar ambigüedades.
Uso de abreviaturas: solo usar acrónimos ampliamente aceptados en el entorno (ej. *Asap*, *fyi*). Evitar abreviaturas propias del *chat* personal (ej. "Xq," "Q tl").
Emojis: útiles para modular el tono, pero deben usarse con moderación. Nunca deben sustituir a las palabras clave del mensaje.

3. El currículum vitae (CV) (registro formal y persuasivo)

El CV es la máxima expresión de la adecuación, pues se adapta a un destinatario específico (el reclutador) con el único propósito de la **persuasión**.

Adaptación al puesto: el CV nunca debe ser un documento genérico. Debe destacar, en primer lugar, las habilidades y la experiencia que **se alinean directamente** con la descripción de la oferta de trabajo.
Léxico proactivo: uso de verbos de acción fuertes y enfocados a logros, no a tareas (ej. "Lideré", "Optimicé", "Implementé").
Formato consistente: diseño limpio, tipografía legible y uso coherente de negritas y cursivas para guiar la lectura.

4. La adecuación en la documentación técnica

En un documento técnico (manuales, informes de *bugs*, especificaciones de código o guías de estilo), el registro **debe ser formal y técnico**.

Léxico técnico: uso sistemático y preciso de la terminología del sector (*software*, UX, *deployment*, *testing*).
Ausencia de Subjetividad: El tono debe ser puramente **referencial** y **objetivo**. No caben opiniones personales ni frases con carga emocional.
Precisión: uso de listas, numeraciones, viñetas y gráficos para facilitar la lectura rápida y la comprensión de las ideas clave.

Desarrollo

Ahora que ya sabes cómo redactar un correo profesional, vuelve a escribir el correo de presentación al CEO de la empresa (máxima jerarquía) para solicitar un puesto de desarrollador junior. Escribe ese correo según lo aprendido en el punto 1. El correo electrónico profesional.

Estos son los datos que necesitas:

Nombre del CEO	Sara Benavides
Puesto del CEO	CEO y Fundadora, TechInnovate Global
Correo electrónico	sara.benavides@techinnovate.com
Puesto a solicitar	Desarrollador Junior de Aplicaciones Web

Reflexiona...
Cuando escribas en un entorno profesional digital, pregúntate siempre: **¿mi mensaje es apropiado para mi lector, el propósito que persigo y el canal que utilizo?**

La **adecuación** es la garantía de que el mensaje no solo llega, sino que se interpreta exactamente como fue intencionado, maximizando la eficiencia y evitando errores profesionales.

6. Tipos de discursos orales

Objetivos de aprendizaje

1 Primer objetivo: diferenciar los principales tipos de discurso oral.
2 Segundo objetivo: reconocer las intenciones comunicativas.
3 Tercer objetivo: aplicar los criterios de adecuación para dominar la comunicación interpersonal oral.

“La misión de Alejandro: conseguir la beca dominando la entrevista y el WhatsApp Audio”

Alejandro ya envió el CV y el email perfectos (discurso escrito). Pero ¿cómo hubiera hecho para solicitar una entrevista a través de un audio de WhatsApp?

Actividad

Practica y graba un audio en el que Alejandro solicita una cita para tener una entrevista de trabajo.

Actividad

Alejandro sabe que en el discurso oral la espontaneidad y los elementos no verbales son decisivos. Necesita tu ayuda para categorizar estos tipos de comunicación oral, entender sus reglas y asegurar que su tono y su lenguaje corporal sean tan convincentes como su código.

Conocimientos previos

Si Alejandro está en un debate en clase sobre la mejor arquitectura de software, ¿cuál es la principal diferencia con su entrevista de trabajo?

Alejandro se enfrenta a diversas situaciones de comunicación a lo largo del día. Clasifica las siguientes interacciones y completa la tabla.

Situación oral	Tipo de discurso (monólogo o diálogo)	Nivel de formalidad (alto, medio, bajo)	Dinámica de roles (fijos o intercambiables)
La entrevista para la beca.			
Una conversación con un compañero de equipo sobre un *bug*.			

Grabar un whatsapp audio para el reclutador.			
Presentación de su app ante el profesor (el *pitch*).			

APRENDEMOS

1 Primer objetivo: diferenciar los principales tipos de discurso oral.

El discurso oral se clasifica según el número de participantes y la interacción:

- **Monólogo:** un único emisor se dirige a una audiencia (ej. *pitch*, conferencia, WhatsApp audio, discurso político).
  - ✧ **Clave:** exige una gran planificación y control del tiempo.
- **Diálogo:** dos o más interlocutores intercambian mensajes.
  a) **Diálogo informal (conversación):** estructura libre, espontaneidad, alta **función fática** (mantener el canal).
  b) **Diálogo formal (entrevista/debate):** estructura fija, turnos regulados, alta **función conativa** (persuasión o evaluación).

Desarrollo

Pregunta de Reflexión: ¿cuál es la principal diferencia entre el discurso monológico (como un *pitch*) y el diálogo (como la entrevista) en términos de **planificación**?

Actividad

Conocimientos previos

En la comunicación interpersonal oral, la intención (persuadir, convencer, empatizar) es fundamental.

Relaciona el tipo de situación oral al que se puede enfrentar Alejandro con su **intención dominante** y la **función comunicativa** asociada:

Situación oral	Intención comunicativa típica	Función comunicativa dominante
Entrevista de trabajo		
Diálogo con el compañero		
WhatsApp Audio formal		

¿Por qué el WhatsApp audio (un monólogo) tiene una fuerte función emotiva/expresiva?

LAS REGLAS BÁSICAS para enviar un **audio de whatsapp con registro formal** que garantizan la adecuación de un mensaje de voz son:



Actividad

Ahora que ya conoces las reglas básicas para enviar un audio de WhasApp con registro formal, vuelve a grabar el audio de WhatsApp en el que Alejandro solicita una cita para tener una entrevista de trabajo.

2 Segundo objetivo: reconocer las intenciones comunicativas.

Todo acto comunicativo tiene una intención detrás. En el discurso oral, esta intención se manifiesta a través de las funciones del lenguaje, que nos indican dónde se pone el foco del mensaje (en el emisor, en el receptor o en el mensaje mismo).

Intenciones comunicativas principales

Intención	Definición	Ejemplo clave
Informar	Transmitir datos de manera objetiva, sin opiniones.	Un informe técnico sobre el rendimiento de un servidor.
Persuadir	Convencer al receptor de que cambie su opinión o realice una acción.	El pitch (presentación) de Alejandro al reclutador para conseguir la beca.
Expresar	Mostrar sentimientos, emociones o estados de ánimo del emisor.	Una conversación personal o una queja (WhatsApp audio).
Mantener el Contacto	Iniciar, prolongar o finalizar la comunicación para asegurar que el canal esté abierto.	Un "Hola, ¿me escuchas bien?" al inicio de una videollamada.

Desarrollo

En el caso de Alejandro, ¿qué funciones predominan en su entrevista y en el WhatsApp audio con la solicitud de cita?

Actividad

Imagina el momento de la entrevista de Alejandro.

Conocimientos previos

Indica si los siguientes comportamientos son **adecuados** o **inadecuados** para una situación formal y describe la **consecuencia** de cada inadecuación.

Complete la tabla.

Comportamiento de Alejandro	**¿Adecuado o inadecuado?**	**Consecuencia / mensaje que transmite**
1. Durante la respuesta, mantiene los brazos cruzados firmemente.		
2. Al explicar su proyecto, utiliza la expresión "Estuvimos dándole caña al código".		
3. Articula con claridad, mantiene un ritmo constante y evita las muletillas.		
4. Habla en un tono muy bajo y monótono, sin contacto visual con el reclutador.		

Si Alejandro estuviera en una conversación informal con su compañero de equipo (un diálogo de formalidad baja), ¿cuáles de los comportamiento serían aceptables y por qué?

APRENDEMOS

3 Tercer objetivo: adecuar el discurso a cada situación comunicativa

La **adecuación** en el discurso oral implica controlar los elementos no verbales (lenguaje corporal, tono) y el registro.

La adecuación oral es la capacidad de ajustar el mensaje a la situación, el tema y el interlocutor. En la comunicación oral, esto implica controlar los elementos que acompañan al lenguaje verbal.

Elementos clave de la adecuación oral

	Tipo de lenguaje	**¿qué transmite?**	**Comportamiento inadecuado (ejemplo de error)**
Léxico y registro	Verbal	Profesionalismo y respeto por el contexto.	Usar jerga informal o vulgarismos en una entrevista formal.
Tono y volumen	Paralingüístico	Revela la actitud (confianza, duda, entusiasmo).	Hablar muy bajo o con un tono monótono en la entrevista.
Lenguaje corporal (kinésica)	No verbal	Transmite seguridad, interés y sinceridad.	Cruzar los brazos, evitar el contacto visual o moverse nerviosamente.
Ritmo/pausas (paralenguaje)	Paralingüístico	Ayuda a estructurar la información y evita la redundancia.	Hablar demasiado rápido o usar muchas muletillas ('ehh', 'bueno').

Desarrollo

Alejandro necesita establecer una guía de adecuación oral para salir airoso en sus diferentes situaciones comunicativas.

Completa la guía de adecuación oral para Alejandro:

Situación oral	**Criterios de adecuación clave**	**Consecuencia de la inadecuación**
Entrevista presencial		
Llamada de teléfono formal		
Whatsapp audio de trabajo		

✧ **Regla de oro de la comunicación oral.**

> **La credibilidad se construye con lo que dices (referencial), pero se destruye con el cómo lo dices (emotiva/kinésica).** Tu cuerpo y tu voz deben apoyar siempre la intención de tu mensaje.

Desenlace de Alejandro:

Alejandro aplica la adecuación oral:

> **En la entrevista (diálogo formal):** mantuvo un **tono** firme y **contacto visual** directo, utilizando un **léxico técnico** preciso para demostrar su experiencia y respondiendo de forma concisa (controlando el ritmo).
> **En el whatsapp audio (monólogo diferido):** se grabó en un ambiente silencioso, usó un **tono entusiasta** para destacar su motivación (función emotiva) y resumió su visión de la empresa en 30 segundos, demostrando **capacidad de síntesis**.

Al dominar la adecuación oral, Alejandro consigue la beca. El reclutador valoró su **claridad y seguridad** tanto como su currículum.

7.Autoevaluación

Actividad 1. Tipos de discurso escrito

Objetivo
Identificar el propósito comunicativo, el registro, el tono y las características lingüísticas de distintos tipos de comunicación escrita interpersonal para evaluar su adecuación al contexto.

Conocimientos básicos

- ¿Qué son la adecuación y la coherencia en el discurso escrito y por qué son importantes?

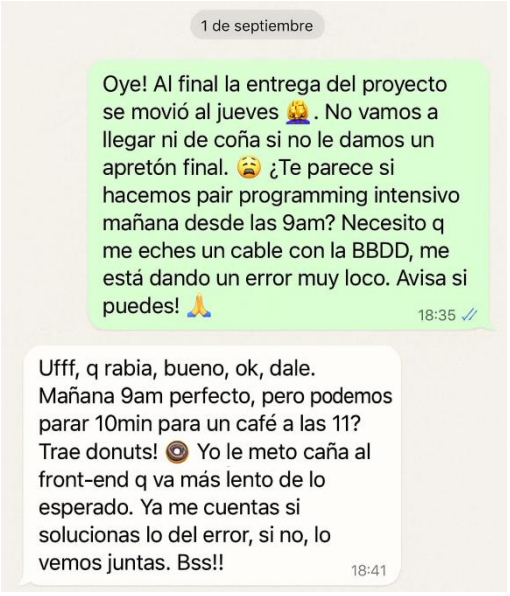
- ¿Qué diferencia el registro formal del registro informal? ¿Puedes nombrar una característica lingüística de cada uno?

Actividad
A continuación, se presentan tres ejemplos de comunicación escrita interpersonal y digital que utilizamos en nuestro día a día.

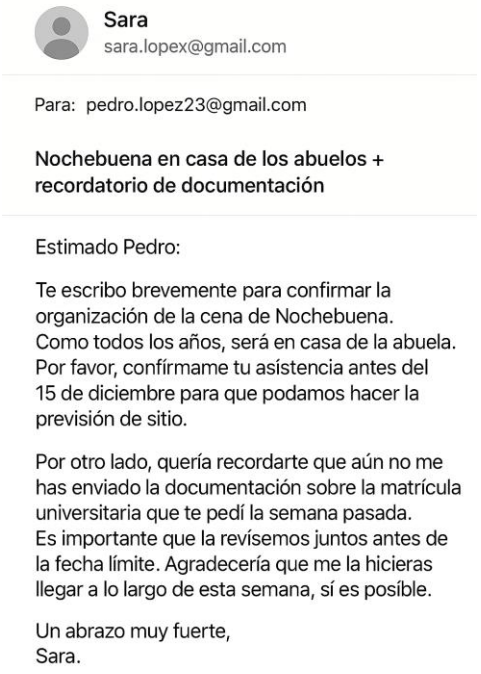
Tu tarea consiste en:

1. Leer detenidamente cada texto.

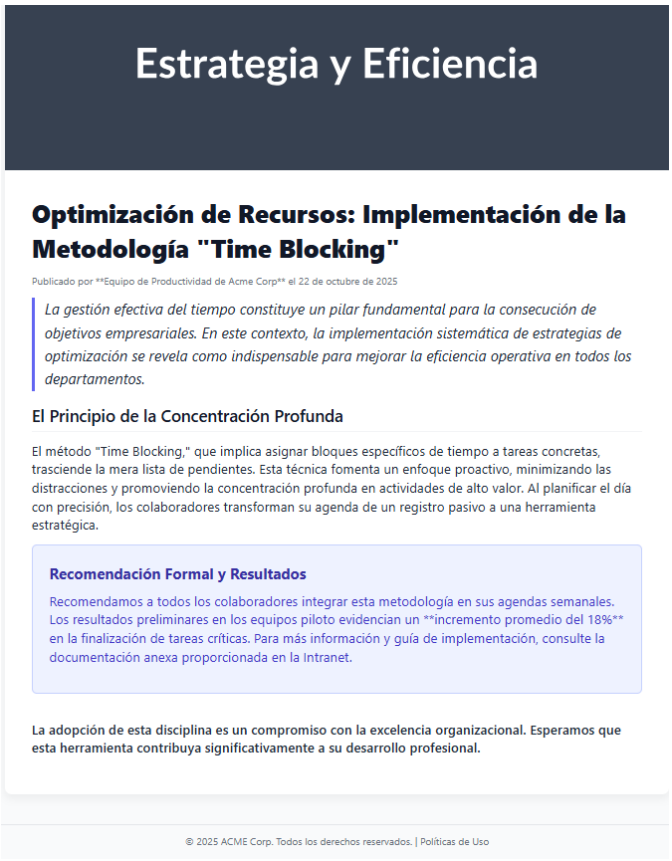
Texto A:



Texto B:



Texto C:



Estrategia y Eficiencia

Optimización de Recursos: Implementación de la Metodología "Time Blocking"

Publicado por **Equipo de Productividad de Acme Corp** el 22 de octubre de 2025

> *La gestión efectiva del tiempo constituye un pilar fundamental para la consecución de objetivos empresariales. En este contexto, la implementación sistemática de estrategias de optimización se revela como indispensable para mejorar la eficiencia operativa en todos los departamentos.*

El Principio de la Concentración Profunda

El método "Time Blocking," que implica asignar bloques específicos de tiempo a tareas concretas, trasciende la mera lista de pendientes. Esta técnica fomenta un enfoque proactivo, minimizando las distracciones y promoviendo la concentración profunda en actividades de alto valor. Al planificar el día con precisión, los colaboradores transforman su agenda de un registro pasivo a una herramienta estratégica.

Recomendación Formal y Resultados

Recomendamos a todos los colaboradores integrar esta metodología en sus agendas semanales. Los resultados preliminares en los equipos piloto evidencian un **incremento promedio del 18%** en la finalización de tareas críticas. Para más información y guía de implementación, consulte la documentación anexa proporcionada en la Intranet.

La adopción de esta disciplina es un compromiso con la excelencia organizacional. Esperamos que esta herramienta contribuya significativamente a su desarrollo profesional.

© 2025 ACME Corp. Todos los derechos reservados. | Políticas de Uso

2. Completar la tabla de análisis, identificando y justificando el propósito, el tono, el registro y las características lingüísticas clave de cada comunicación.

Comunicación escrita	Propósito comunicativo principal	Registro (formal/informal)	Tono (actitud del emisor)	Características lingüísticas clave (justificación)
Texto A: WhatsApp				
Texto B: correo familiar				
Texto C: blog personal				

Actividad 2. Usar el género narrativo para contar historias

Objetivo

Aplicar la estructura básica del género narrativo (introducción, nudo, desenlace) para transformar una anécdota personal o un recuerdo simple en una pieza de ficción coherente.

Desarrollar la voz narrativa y la caracterización de un personaje (uno mismo u otro) en un límite estricto de palabras.

Conocimientos básicos

- ¿Qué es lo más importante en un relato de 200 palabras? (Pista: No es contar muchos hechos, sino el detalle de un solo momento).

- Si solo tienes una frase para el desenlace, ¿qué tipo de emoción o sensación quieres dejar en el lector? (Piensa en el clímax o la resolución de tu pequeño conflicto).

Actividad

1. Selecciona un recuerdo personal muy concreto y simple. Puede ser:

- La primera vez que viste algo asombroso (un paisaje, una obra de arte, un animal).

- Un pequeño momento de tensión o nerviosismo (esperar una nota, una llamada).

- Un encuentro inesperado y breve con un desconocido.

2. Define el conflicto (nudo): identifica el pequeño "problema" o la emoción central. Ejemplo: La semilla es "Vi llover por la ventana." El conflicto es "Tenía que salir, pero la lluvia era demasiado fuerte, y me sentía atrapado, contemplando la calle vacía."

3. Redacción del relato: escribe tu historia en prosa, respetando un límite de entre 180 y 220 palabras. Asegúrate de que tu relato contenga:

- Introducción (2-3 líneas): Presenta el lugar y el personaje (quién está ahí).

- Nudo/Desarrollo (5-8 líneas): Describe el momento de tensión o el evento central, utilizando al menos dos adjetivos sensoriales (olores, sonidos, texturas).

- Desenlace (1-2 líneas): Cierra la historia con una reflexión o una acción final que resuelva o ponga punto final a ese momento.

- Revisión y Título: Asigna un título sugerente a tu relato y revisa la extensión.

Recuerda utliizar recursos estilísticos para generar emoción e impacto (metáfora, comparación, hipérbole y personificación).

Actividad 3. Tipos de discursos orales: adecuar el discurso a cada situación comunicativa

Objetivo

Esta actividad se basa en la historia de prosa que redactaste previamente para practicar la transición de un texto escrito a un discurso hablado efectivo.

Conocimientos básicos

Aplicar técnicas de comunicación oral (dicción, ritmo y entonación) para transformar un texto escrito en una narración dinámica y expresiva.

Ritmo y pausas: ¿Cómo deben variar el ritmo y las pausas durante la narración (por ejemplo, en un momento de tensión vs. una descripción tranquila) para mantener el interés del oyente?

Entonación y énfasis: ¿Qué palabras o frases clave de tu historia deben enfatizarse (subiendo el tono o aumentando el volumen) para comunicar el clímax o el sentimiento central del protagonista?

Actividad

Graba un clip de audio o video contando la historia que escribiste en la actividad de redacción y súbelo a la plataforma.

Formato de grabación: audio o video.

Duración límite: la grabación debe durar entre **2 y 3 minutos** (120 - 180 segundos). Es fundamental que este tiempo se respete, incluso si el texto es breve, ya que deberás expandir la narración oralmente.

Técnicas de oralidad a incluir:

- Expandir el contenido: no solo *leas* el texto. Debes añadir detalles y descripciones improvisadas para llenar los 2-3 minutos de duración. Por ejemplo: Describir más el olor a ozono, el sentimiento de pánico o el aspecto de la consola oxidada.

- Dicción: articula claramente cada palabra.

- Ritmo: varía la velocidad de tu habla. Utiliza un ritmo lento para construir el suspenso y un ritmo más rápido para la acción o el clímax.

- Volumen y tono: usa el volumen para reflejar las emociones del protagonista (un susurro al esconderse, un tono firme al correr).

Actividad 4. Tipos de discursos orales.

Objetivo
Diferenciar los principales tipos de discurso oral y reconocer su intención comunicativa

Conocimientos básicos

- ¿Cuál es la diferencia fundamental entre un discurso expositivo (o informativo) y uno persuasivo en términos del efecto que buscan generar en la audiencia?

- Si un orador utiliza una estructura cronológica detallada para explicar el desarrollo de un evento histórico, ¿qué tipo de discurso está utilizando y cuál es su intención comunicativa principal?

Actividad

Analiza cada fragmento para identificar el **tipo de discurso dominante** y la **intención comunicativa principal** (función del lenguaje) que persigue el emisor.

Fragmento 1: conversación entre amigos

Elemento	Tipo de discurso dominante	Intención comunicativa principal (función del lenguaje)	Justificación de la elección
A			
B			

Transcripción:

> **A***: "A ver, no tengo ni idea de qué cenar. Pero tengo antojo de algo rápido... y creo que lo sabes."*
> ***B**: "Mmm, ¿algo rápido? ¿Unas pizzas o pedimos sushi de ese nuevo sitio?"*
> **A***: "¡Uy, lo del sushi es tentador! Pero hoy tengo un día de pereza extrema, ¿sabes? Algo que no tenga que montar."*
> **B***: "Vale, vale, pereza extrema. Entonces, ¿la hamburguesería de la esquina? La de siempre, que no falla."*
> **A***: "Hecho. ¡Llamamos ya para que no tarden!"*

Fragmento 2: debate político

Elemento	Tipo de discurso dominante	Intención comunicativa principal (función del lenguaje)	Justificación de la elección
Candidato A			
Candidato B			

Transcripción):

> **Candidato A (tono enérgico):** *"Decir que nuestra política es insuficiente es ignorar el récord de inversión verde que hemos establecido. Su propuesta, disculpe, es una utopía irrealizable que paralizaría nuestra economía. Necesitamos soluciones pragmáticas, no cuentos de hadas."*
> **Candidato B (tono pausado y desafiante):** *"Pragmatismo, ¿o inacción? Lo que usted llama 'récord de inversión' es, de hecho, menos del 1% del PIB. ¿Cómo puede ser pragmático sacrificar el futuro por mantener un balance contable que ya está obsoleto? Responda, por favor, ¿cuál es el coste real de su 'pragmatismo'?"*

Fragmento 3: audio de WhatsApp

Elemento	Tipo de discurso dominante	Intención comunicativa principal (función del lenguaje)	Justificación de la elección
Monólogo			

Transcripción:

"Oye, mira, te llamo y te dejo el audio porque... no sé, es más fácil. Quería contarte que al final sí, sí que he aceptado la oferta de la otra empresa. Ya sabes, me costó muchísimo decidirme, ¿eh? Porque a ver, es dejar atrás siete años... ¡siete años de mi vida! Pero sentí que era el momento de, no sé, de moverme, de probar cosas nuevas. La verdad es que estoy súper nerviosa, ¿vale? Pero a la vez muy ilusionada. Te llamo luego, ¿de acuerdo? Un beso."

Actividad 5. La comunicación.

Objetivo

Analizar qué elementos intevienen en diferentes situaciones comunicativas.

Conocimientos previos

- ¿Qué elementos intervienen en la comunicación?

Actividad

Identifica los elementos de la comunicación interpersonal de los tres fragmentos de la actividad anterior.

Para cada fragmento, completa la siguiente tabla identificando los seis (6) elementos clave del proceso de comunicación.

Elemento de la comunicación	Fragmento 1: amigos	Fragmento 2: debate político	Fragmento 3: audio de Whatsapp
Emisor			
Receptor			
Mensaje			
Canal			
Código			
Contexto / situación			

8. Solucionario autoevaluación

Actividad 1. Tipos de discurso escrito

Objetivo
Identificar el propósito comunicativo, el registro, el tono y las características lingüísticas de distintos tipos de comunicación escrita interpersonal para evaluar su adecuación al contexto.

Conocimientos básicos

- ¿Qué son la adecuación y la coherencia en el discurso escrito y por qué son importantes?

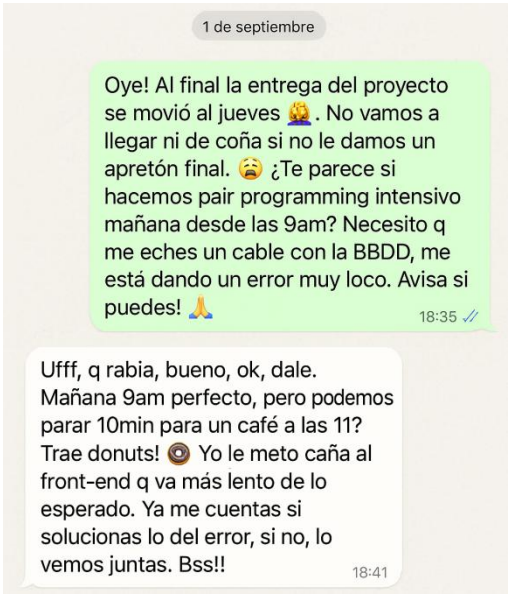
- ¿Qué diferencia el registro formal del registro informal? ¿Puedes nombrar una característica lingüística de cada uno?

Actividad
A continuación, se presentan tres ejemplos de comunicación escrita interpersonal y digital que utilizamos en nuestro día a día.

Tu tarea consiste en:

9. Leer detenidamente cada texto.

Texto A:



Texto B:

Sara
sara.lopex@gmail.com

Para: pedro.lopez23@gmail.com

Nochebuena en casa de los abuelos + recordatorio de documentación

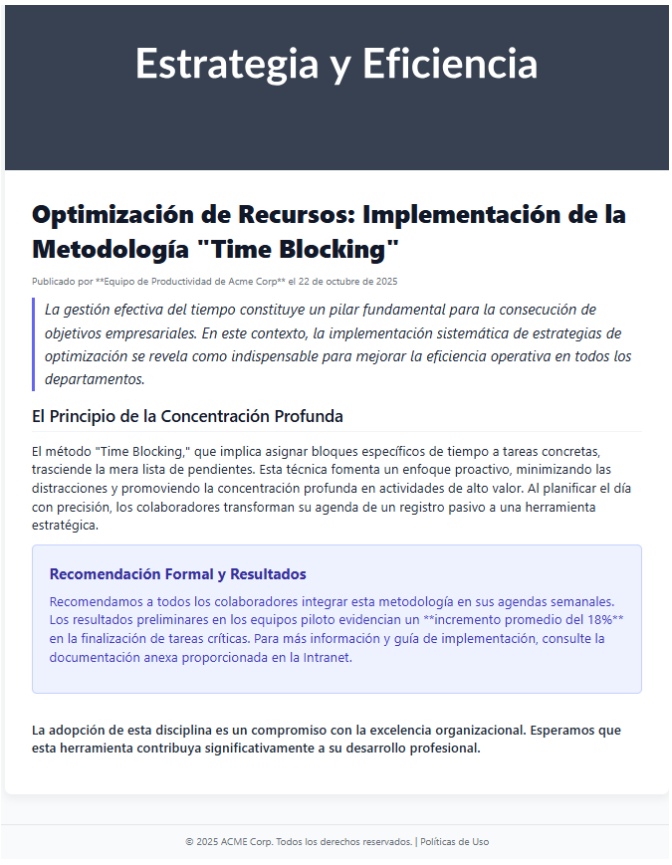
Estimado Pedro:

Te escribo brevemente para confirmar la organización de la cena de Nochebuena. Como todos los años, será en casa de la abuela. Por favor, confírmame tu asistencia antes del 15 de diciembre para que podamos hacer la previsión de sitio.

Por otro lado, quería recordarte que aún no me has enviado la documentación sobre la matrícula universitaria que te pedí la semana pasada. Es importante que la revísemos juntos antes de la fecha límite. Agradecería que me la hicieras llegar a lo largo de esta semana, sí es posíble.

Un abrazo muy fuerte,
Sara.

Texto C:



Estrategia y Eficiencia

Optimización de Recursos: Implementación de la Metodología "Time Blocking"

Publicado por **Equipo de Productividad de Acme Corp** el 22 de octubre de 2025

> *La gestión efectiva del tiempo constituye un pilar fundamental para la consecución de objetivos empresariales. En este contexto, la implementación sistemática de estrategias de optimización se revela como indispensable para mejorar la eficiencia operativa en todos los departamentos.*

El Principio de la Concentración Profunda

El método "Time Blocking," que implica asignar bloques específicos de tiempo a tareas concretas, trasciende la mera lista de pendientes. Esta técnica fomenta un enfoque proactivo, minimizando las distracciones y promoviendo la concentración profunda en actividades de alto valor. Al planificar el día con precisión, los colaboradores transforman su agenda de un registro pasivo a una herramienta estratégica.

Recomendación Formal y Resultados

Recomendamos a todos los colaboradores integrar esta metodología en sus agendas semanales. Los resultados preliminares en los equipos piloto evidencian un **incremento promedio del 18%** en la finalización de tareas críticas. Para más información y guía de implementación, consulte la documentación anexa proporcionada en la Intranet.

La adopción de esta disciplina es un compromiso con la excelencia organizacional. Esperamos que esta herramienta contribuya significativamente a su desarrollo profesional.

© 2025 ACME Corp. Todos los derechos reservados. | Políticas de Uso

10. Completar la tabla de análisis, identificando y justificando el propósito, el tono, el registro y las características lingüísticas clave de cada comunicación.

Comunicación escrita	Propósito comunicativo principal	Registro (formal/informal)	Tono (actitud del emisor)	Características lingüísticas clave (justificación)
Texto A: WhatsApp				
Texto B: correo familiar				
Texto c: blog personal				

Solucionario orientativo

Comunicación escrita	Propósito comunicativo principal	Registro (formal/informal)	Tono (actitud del emisor)	Características lingüísticas clave (justificación)
Texto A: WhatsApp	Coordinación inmediata de una tarea (programar una reunión y solicitar ayuda sobre un problema técnico).	Informal	Urgente, cercano, algo estresado.	**Uso de abreviaturas/jerga digital** ("q", "BBDD", "ni de coña"). **Uso de emoticonos** para expresar emociones y matizar el mensaje. Lenguaje coloquial ("echar un cable", "apretón").

Texto B: correo familiar	Solicitar confirmación de asistencia (función conativa) y recordar un pendiente administrativo (función referencial).	Semiformal/cortesía. Es familiar, pero estructurado como un correo de recordatorio.	Atento, cortés, de cuidado familiar, pero con una leve presión por el plazo.	**Fórmulas de saludo y despedida** ("Estimado/a", "Un abrazo muy fuerte"). Uso de oraciones completas y tono respetuoso ("Agradecería que me la hicieras llegar...").
Texto C: blog corporativo	Informar a los empleados sobre una nueva metodología de trabajo y persuadirlos de su implementación para aumentar la productividad.	Formal y profesional.	Objetivo, instructivo y autoritario.	**Léxico técnico y abstracto** ("consecución de objetivos", "eficiencia operativa", "metodología", "colaboradores"). **Ausencia de referencias personales** (se refiere a "Acme Corp"). **Oracionales complejas** y de carácter impersonal.

La tabla estará correcta si identifica correctamente las columnas 2, 3 y 4 y proporciona, al menos una característica de la columna 5.

Actividad 2. Usar el género narrativo para contar historias

Objetivo

Aplicar la estructura básica del género narrativo (introducción, nudo, desenlace) para transformar una anécdota personal o un recuerdo simple en una pieza de ficción coherente.

Desarrollar la voz narrativa y la caracterización de un personaje (uno mismo u otro) en un límite estricto de palabras.

Conocimientos básicos

- ¿Qué es lo más importante en un relato de 200 palabras? (Pista: No es contar muchos hechos, sino el detalle de un solo momento).

- Si solo tienes una frase para el desenlace, ¿qué tipo de emoción o sensación quieres dejar en el lector? (Piensa en el clímax o la resolución de tu pequeño conflicto).

Actividad

1. Selecciona un recuerdo personal muy concreto y simple. Puede ser:

- La primera vez que viste algo asombroso (un paisaje, una obra de arte, un animal).

- Un pequeño momento de tensión o nerviosismo (esperar una nota, una llamada).

- Un encuentro inesperado y breve con un desconocido.

2. Define el conflicto (nudo): identifica el pequeño "problema" o la emoción central. Ejemplo: La semilla es "Vi llover por la ventana." El conflicto es "Tenía que salir, pero la lluvia era demasiado fuerte, y me sentía atrapado, contemplando la calle vacía."

3. Redacción del relato: escribe tu historia en prosa, respetando un límite de entre 180 y 220 palabras. Asegúrate de que tu relato contenga:

- Introducción (2-3 líneas): Presenta el lugar y el personaje (quién está ahí).

- Nudo/Desarrollo (5-8 líneas): Describe el momento de tensión o el evento central, utilizando al menos dos adjetivos sensoriales (olores, sonidos, texturas).

- Desenlace (1-2 líneas): Cierra la historia con una reflexión o una acción final que resuelva o ponga punto final a ese momento.

- Revisión y Título: Asigna un título sugerente a tu relato y revisa la extensión.

Recuerda utliizar recursos estilísticos para generar emoción e impacto (metáfora, comparación, hipérbole y personificación).

Solucionario orientativo

La redacción se considerará correcta si cumple con los siguientes criterios:

- El título coincide con la narración.
- Introducción: establece el tiempo, el lugar y presenta a los personajes.
- Nudo/conflicto: presenta y desarrolla el conflicto.
- Desenlace: el conflicto se resuelve.
- Extensión: El relato se mantiene dentro del límite de palabras.

- Elementos formales: uso de narrador en 1ª persona, verbos en pretérito perfecto simple/imperfecto, verbos de acción, utiliza al menos un recurso estilístico como metáfora, símil, hipérbole o personificación.

Actividad 3. Tipos de discursos orales: adecuar el discurso a cada situación comunicativa

Objetivo

Esta actividad se basa en la historia de prosa que redactaste previamente para practicar la transición de un texto escrito a un discurso hablado efectivo.

Conocimientos básicos

Aplicar técnicas de comunicación oral (dicción, ritmo y entonación) para transformar un texto escrito en una narración dinámica y expresiva.

Ritmo y pausas: ¿Cómo deben variar el ritmo y las pausas durante la narración (por ejemplo, en un momento de tensión vs. una descripción tranquila) para mantener el interés del oyente?

Entonación y énfasis: ¿Qué palabras o frases clave de tu historia deben enfatizarse (subiendo el tono o aumentando el volumen) para comunicar el clímax o el sentimiento central del protagonista.

Actividad

Graba un clip de audio o video contando la historia que escribiste en la actividad de redacción y súbelo a la plataforma.

Formato de grabación: audio o video.

Duración límite: la grabación debe durar entre **2 y 3 minutos** (120 - 180 segundos). Es fundamental que este tiempo se respete, incluso si el texto es breve, ya que deberás expandir la narración oralmente.

Técnicas de oralidad a incluir:

- Expandir el contenido: no solo *leas* el texto. Debes añadir detalles y descripciones improvisadas para llenar los 2-3 minutos de duración. Por ejemplo: Describir más el olor a ozono, el sentimiento de pánico o el aspecto de la consola oxidada.

- Dicción: articula claramente cada palabra.

- Ritmo: varía la velocidad de tu habla. Utiliza un ritmo lento para construir el suspenso y un ritmo más rápido para la acción o el clímax.

- Volumen y tono: usa el volumen para reflejar las emociones del protagonista (un susurro al esconderse, un tono firme al correr).

Solucionario orientativo

La actividad se considerará correcta si cumple con los siguientes criterios:

- La grabación dura entre 2:00 y 3:00 minutos. La narración tiene un inicio (presentación), un desarrollo (nudo/clímax) y un final (desenlace).

- Las palabras son pronunciadas de forma clara y entendible en todo momento. No se identifican errores graves de dicción que impidan la comprensión del mensaje.

- El alumno varía intencionadamente el ritmo y el tono de voz. Se utiliza una velocidad más lenta para generar tensión o describir, y el volumen/tono se ajusta para reflejar las emociones de la historia.

- El narrador demuestra fluidez y no se limita a leer. Se observa un esfuerzo por expandir la historia oralmente (añadiendo detalles, descripciones o comentarios) para rellenar la duración mínima.

Actividad 4. Tipos de discursos orales.

Objetivo
Diferenciar los principales tipos de discurso oral y reconocer su intención comunicativa

Conocimientos básicos

- ¿Cuál es la diferencia fundamental entre un discurso expositivo (o informativo) y uno persuasivo en términos del efecto que buscan generar en la audiencia?

- Si un orador utiliza una estructura cronológica detallada para explicar el desarrollo de un evento histórico, ¿qué tipo de discurso está utilizando y cuál es su intención comunicativa principal?

Actividad
Analiza cada fragmento para identificar el **tipo de discurso dominante** y la **intención comunicativa principal** (función del lenguaje) que persigue el emisor.

Fragmento 1: conversación entre amigos

Elemento	Tipo de discurso dominante	Intención comunicativa principal (función del lenguaje)	Justificación de la elección
A			
B			

Transcripción:

A*: "A ver, no tengo ni idea de qué cenar. Pero tengo antojo de algo rápido... y creo que lo sabes."*
B: *"Mmm, ¿algo rápido? ¿Unas pizzas o pedimos sushi de ese nuevo sitio?"*
A*: "¡Uy, lo del sushi es tentador! Pero hoy tengo un día de pereza extrema, ¿sabes? Algo que no tenga que montar."*
B*: "Vale, vale, pereza extrema. Entonces, ¿la hamburguesería de la esquina? La de siempre, que no falla."*
A*: "Hecho. ¡Llamamos ya para que no tarden!"*

Fragmento 2: debate político

Elemento	Tipo de discurso dominante	Intención comunicativa principal (función del lenguaje)	Justificación de la elección
Candidato A			
Candidato B			

Transcripción:

Candidato A (tono enérgico): *"Decir que nuestra política es insuficiente es ignorar el récord de inversión verde que hemos establecido. Su propuesta, disculpe, es una utopía irrealizable que paralizaría nuestra economía. Necesitamos soluciones pragmáticas, no cuentos de hadas."*
Candidato B (tono pausado y desafiante): *"Pragmatismo, ¿o inacción? Lo que usted llama 'récord de inversión' es, de hecho, menos del 1% del PIB. ¿Cómo puede ser pragmático sacrificar el futuro por mantener un balance contable que ya está obsoleto? Responda, por favor, ¿cuál es el coste real de su 'pragmatismo'?"*

Fragmento 3: audio de WhatsApp

Elemento	Tipo de discurso dominante	Intención comunicativa principal (función del lenguaje)	Justificación de la elección
Monólogo			

Transcripción:

"Oye, mira, te llamo y te dejo el audio porque... no sé, es más fácil. Quería contarte que al final sí, sí que he aceptado la oferta de la otra empresa. Ya sabes, me costó muchísimo decidirme, ¿eh? Porque a ver, es dejar atrás siete años... ¡siete años de mi

vida! Pero sentí que era el momento de, no sé, de moverme, de probar cosas nuevas. La verdad es que estoy súper nerviosa, ¿vale? Pero a la vez muy ilusionada. Te llamo luego, ¿de acuerdo? Un beso."

Solución

Fragmento 1: conversación entre amigos (diálogo informal)

Elemento	Tipo de discurso dominante	Intención comunicativa principal (función del lenguaje)	Justificación de la elección
A	Conversacional / expresivo	**Expresiva / emotiva**	El emisor se centra en expresar un sentimiento o estado de ánimo personal ("Tengo antojo", "Pereza extrema").
B	Conversacional / descriptivo	**Conativa / apelativa**	El emisor busca influir o provocar una respuesta o decisión en el receptor ("¿unas pizzas o pedimos sushi...?").

Fragmento 2: debate político (confrontación formal)

Elemento	Tipo de discurso dominante	Intención comunicativa principal (función del lenguaje)	Justificación de la elección
Candidato a	Argumentativo	Conativa / persuasiva	Utiliza argumentos y descalificaciones ("Utopía irrealizable") para convencer al público de la superioridad de su postura y la debilidad del oponente.

Candidato b	Argumentativo / interrogativo	Conativa / apelativa	Usa preguntas retóricas y datos concretos para desafiar directamente la postura del oponente y exigir una respuesta o cambio de actitud.

Fragmento 3: audio de WhatsApp (Monólogo Personal/Diferido)

Elemento	Tipo de discurso dominante	Intención comunicativa principal (función del lenguaje)	Justificación de la elección
Monólogo	**Narrativo / expresivo**	**Expresiva / emotiva**	El mensaje se centra en el propio emisor, describiendo un evento personal (la aceptación del trabajo) y comunicando sentimientos y estados internos ("Estoy súper nerviosa", "Muy ilusionada").

Preguntas de reflexión adicional

- Función Fática: identifica dos frases o palabras del f**ragmento 3** que tienen como único objetivo mantener el canal de comunicación abierto y confirmar el contacto con el receptor (Función Fática).

- Registro: Explica por qué el f**ragmento 1** es un ejemplo de registro **coloquial** y el **Fragmento 2** es un ejemplo de registro **formal** en cuanto al vocabulario y la sintaxis.

- Marcadores de oralidad: ¿qué palabras o frases del f**ragmento 3** se consideran **muletillas** o **marcadores de oralidad** y cómo influyen en el tono emotivo del mensaje?

Solución orientativa

- Función Fática: identifica dos frases o palabras del **Fragmento 3** que tienen como único objetivo mantener el canal de comunicación abierto y confirmar el contacto con el receptor (Función Fática).

Respuesta: "Oye, mira..." (para establecer contacto al inicio) y "¿de acuerdo?" (para confirmar que el mensaje ha terminado y esperar respuesta).

- Registro: explica por qué el **Fragmento 1** es un ejemplo de registro **coloquial** y el **Fragmento 2** es un ejemplo de registro **formal** en cuanto al vocabulario y la sintaxis.

Respuesta:

Fragmento 1 (coloquial): Uso de vocabulario cotidiano ("pereza extrema"), sintaxis simple, interjecciones ("¡Uy!"), y frases cortas.

Fragmento 2 (formal): Uso de vocabulario especializado y técnico ("récord de inversión verde", "utopía irrealizable", "balance contable") y construcciones sintácticas complejas propias de la argumentación pública.

- Marcadores de oralidad: ¿qué palabras o frases del **Fragmento 3** se consideran **muletillas** o **marcadores de oralidad** y cómo influyen en el tono emotivo del mensaje?

Respuesta:

Muletillas/Marcadores: "...no sé,", "ya sabes,", "eh?", "a ver,", "...¿vale?".

Influencia: Estos marcadores indican una pausa reflexiva o de búsqueda de palabras y acentúan la **función expresiva/emotiva** al transmitir duda, nerviosismo y espontaneidad del emisor en un tono íntimo.

Actividad 5. La comunicación.

Objetivo

Analizar qué elementos intevienen en diferentes situaciones comunicativas..

Conocimientos previos

- ¿Qué elementos intervienen en la comunicación?

Actividad

Identifica los elementos de la comunicación interpersonal de los tres fragmentos de la actividad anterior.

Para cada fragmento, completa la siguiente tabla identificando los seis (6) elementos clave del proceso de comunicación.

Elemento de la comunicación	**Fragmento 1: amigos**	**Fragmento 2: debate político**	**Fragmento 3: audio de Whatsapp**
Emisor			

Receptor **Mensaje**			
Canal **Código**			
Contexto / situación			

Solución

Elemento de la comunicación	**Fragmento 1: amigos**	**Fragmento 2: debate político**	**Fragmento 3: audio de WhatsApp**
Emisor	El amigo que inicia la conversación (A, luego B).	Los dos candidatos (A y B) alternando roles.	La persona que graba el audio.
Receptor	El amigo al que se le responde o sugiere (B, luego A).	La audiencia presente y el público televidente.	El contacto de WhatsApp que recibe el audio.
Mensaje	La necesidad de cenar y la negociación de la elección.	La defensa de las propias propuestas económicas/medioambientales y el ataque a las del oponente.	La noticia de haber aceptado la nueva oferta de trabajo y los sentimientos asociados.
Canal	Ondas sonoras (Aire).	Ondas sonoras (Aire) captadas por micrófonos y transmitidas por medios electrónicos.	Medio digital (Internet/Datos) que transmite la voz grabada.
Código	Lenguaje español (oral,	Lenguaje español (oral, registro formal/técnico).	Lenguaje español (oral,

	registro coloquial).		registro familiar).
Contexto / situación	Una conversación cotidiana, de ocio, en un entorno privado.	Un evento público formal (debate electoral) con normas de turno de palabra.	Una comunicación diferida (audio) en un entorno privado para compartir noticias personales.

MINISTERIO DE EDUCACIÓN, FORMACIÓN PROFESIONAL Y DEPORTES

Cofinanciado por la Unión Europea

Unidad de Orientación Profesional y Aprendizaje a lo largo de la Vida

cidead Centro para la Innovación y Desarrollo de la Educación a Distancia

Curso de formación preparatorio para el acceso a Ciclos Formativos de Grado Superior

Competencia en lengua castellana

Unidad 3

¡Convénceme de lo contrario!



UNIDAD 3: ¡CONVÉNCEME DE LO CONTRARIO!

Índice

1. Introducción 2

2. ¿Qué vas a aprender y por qué te será útil en tu día a día? 2

3. Los mensajes escritos 3

1 Primer objetivo: tipos de mensajes escritos y su intención comunicativa. 3

2 Segundo objetivo: reconocer los rasgos y su adecuación al contexto. 5

3 Tercer objetivo: estructura y organización de los mensajes escritos. 8

4. La situación comunicativa: contexto y oralidad 13

1 Primer objetivo: influencia del contexto en la forma y contenido del mensaje 13

2 Segundo objetivo: estrategias para analizar y comparar mensajes orales. 16

3 Tercer objetivo: preparar el debate: el guion. 18

5. El texto escrito según el contexto social o académico 20

1 Primer objetivo: estrategias de organización y planificación de ideas. 21

2 Segundo objetivo: conectores y recursos de cohesión. 26

3 Tercer objetivo: estrategias de adaptación y registro según el público y contexto. 30

4 Cuarto objetivo: técnicas de revisión y autoevaluación para mejorar fluidez, coherencia y claridad. 32

6. La adaptación lingüística en la comunicación oral. 34

1 Primer objetivo: vocabulario y expresiones según el contexto social y académico. 36

2 Segundo objetivo: fluidez y coherencia en el discurso. La narrativa fuera de la narrativa. 38

3 Tercer objetivo: corrección gramatical y fonética en la comunicación oral. 41

7. Alineación del discurso con la intención 44

1 Primer objetivo: turno de palabra y escucha activa. 46

2 Segundo objetivo: adecuación al contexto y al interlocutor. 49

3 Tercer objetivo: la intención comunicativa 51

8. Autoevaluación 53

9. Solucionario autoevaluación 64

1. Introducción

En el mundo profesional y académico actual, la capacidad de transmitir un mensaje de forma clara, coherente y, sobre todo, **intencional**, es la clave del éxito. No se trata solo de qué se dice, sino de **cómo** se dice para lograr un objetivo específico: informar, persuadir, solicitar o argumentar.

Esta unidad te invita a dominar **el arte de la comunicación estratégica**. Exploraremos la anatomía del mensaje, desde la elección del verbo rector y la estructura clave en la redacción, hasta la adaptación del registro y el vocabulario en la oralidad. Descubrirás cómo el contexto social o académico influye directamente en la forma y contenido de tu discurso, permitiéndote alinear cada palabra y cada gesto con tu propósito final. Prepárate para transformar tu comunicación de un simple intercambio de información a una poderosa herramienta de influencia y precisión.

2. ¿Qué vas a aprender y por qué te será útil en tu día a día?

El objetivo principal de esta unidad es dominar las estrategias de planificación, organización y adaptación lingüística necesarias para alinear de manera efectiva el contenido de los mensajes (escritos y orales) con la intención comunicativa específica del emisor en cualquier contexto profesional o académico.

1. **Intención y estructura:** Identificar la intención comunicativa formal (persuadir, requerir, describir, etc.) y seleccionar el verbo rector y la estructura clave que mejor la reflejan.
2. **Mensajes escritos estratégicos:** Reconocer los rasgos y la adecuación al contexto de diferentes tipos de mensajes escritos, aplicando técnicas de planificación, organización y cohesión de ideas.
3. **Adaptación oral y contextual:** Analizar la influencia del contexto y la situación comunicativa en la forma y contenido del mensaje oral, ajustando el vocabulario, la fluidez y la corrección gramatical según el público.
4. **Alineación final del discurso:** Aplicar técnicas de revisión y autoevaluación para garantizar la coherencia, claridad y fluidez, asegurando que el discurso final esté perfectamente alineado con la intención original.

Al finalizar esta unidad, serás capaz de construir mensajes escritos y orales que no solo informen, sino que también guíen la acción y el entendimiento de tu audiencia, maximizando tu impacto y credibilidad en cualquier entorno.

3. Los mensajes escritos

Objetivos de aprendizaje

1 Primer objetivo: tipos de mensajes escritos y su intención comunicativa.

2 Segundo objetivo: reconocer los rasgos y su adecuación al contexto.

3 Tercer objetivo: estructura y organización de los mensajes escritos

"La misión de Sofía: ganar una beca demostrando dominio temático y adaptabilidad comunicativa a múltiples formatos y registros sobre un tema concreto."

Sofía, es una joven estudiante de periodismo que está terminando su carrera. Su objetivo principal ahora es ganar una prestigiosa beca para realizar su máster. El requisito final para obtenerla es demostrar su habilidad para defender un tema complejo y adaptar su comunicación a múltiples plataformas. El tema propuesto es: **la semana laboral de 4 días.**

Para ganar el debate y la beca, Sofía debe demostrar que entiende el ecosistema completo de la comunicación escrita: desde el rigor de un informe técnico para un jurado académico, hasta la inmediatez de una red social y el impacto emocional de una campaña publicitaria.

Actividad

Cada formato tiene un propósito único. Si confunde la audiencia o la intención, el mensaje fracasa, por muy buena que sea su propuesta.

Conocimientos previos

Piensa ¿en qué se diferencian la publicación en red social y un cartel publicitario si ambas buscan una reacción masiva?

APRENDEMOS

1 Primer objetivo: tipos de mensajes escritos y su intención comunicativa.

Los mensajes escritos se mueven en un espectro que va desde la máxima objetividad (técnico) hasta la máxima inmediatez y emocionalidad (digital).

Tipo de mensaje	Intención principal	Canal	Rasgo estructural clave
Técnico / académico	Demostrar rigor	Impreso / digital (pdf)	Títulos, capítulos, citas (referencias).

Administrativo / formal	Solicitar/comunicar oficialidad	Correo electrónico	Protocolo, saludos y despedidas.
Periodístico / divulgativo	Informar a gran escala	Prensa digital	Titulares, sumarios, agilidad en párrafos.
Publicitario	Concienciar / cambiar conducta	Medios masivos (TV, prensa)	Eslogan, imagen potente, logotipo oficial.
Digital / viral	Impactar / conectar / promover	Redes sociales (X, Linkedin)	Concisión, hashtags, emojis, hilos.

Desarrollo

Sofía tiene que decidir qué formatos utilizar. Según la tabla anterior, indica cuál es el principal objetivo comunicativo (intención) de cada uno y a qué tipo de público piensas que va dirigido:

Tipo de mensaje escrito	**Tipo de texto**	**Intención comunicativa principal**	**Público objetivo al que se dirige**
Un informe económico en el que se justifica que la jornada laboral de 4 días no es un coste, sino una inversión con retorno medible.			
Cartel publicitario con los beneficios de la jornada de 4 días a la semana.			
Publicación en red social a favor de la jornada de 4 días a la semana			
Correo electrónico al comité de empresa en el			

que se solicita que se estudie implementar en la empresa la jornada de 4 días a la semana			

Como habrás observado, el criterio de **adecuación** obliga a Sofía a cambiar de "chip" dependiendo del formato que utilice. Un mismo concepto, dependiendo del formato utilizado, se debe expresar con léxico, registro y extensión totalmente diferentes.

Conocimientos previos

-¿Piensas que se utiliza el mismo léxico en una publicación en X que en un cartel publicitario? ¿Qué diferencias observas en ambos casos?

-¿Qué información espera obtener en un informe técnico? ¿Qué sueles buscar en una publicación en una red social? ¿Qué discurso te parece más formal? ¿Por qué? ¿Qué debes tener en cuenta al escribir el texto en cada uno de estos formatos?

APRENDEMOS

2 Segundo objetivo: reconocer los rasgos y su adecuación al contexto.

El registro es la herramienta de la adecuación. Es la selección de elementos lingüísticos (vocabulario, gramática, tono) apropiados para la situación.

Rasgo clave	**Discurso escrito formal (informe)**	**Discurso escrito digital (red social)**	**Discurso escrito publicitario**
Formalidad	Protocolaria, uso de tercera persona, objetividad.	Flexible, uso de exclamaciones, cercanía.	Apelativamente formal (busca respeto, no cercanía).
Léxico	Técnico, preciso, sin redundancias.	Coloquial, uso de anglicismos, vocabulario simple y directo.	**Emotivo pero sencillo**, busca palabras universales.
Recursos	Gráficos, citas, tablas, índices.	**Emojis (tono), hashtags (alcance), abreviaturas (velocidad).**	**Eslogan, metáforas visuales, tipografía grande.**
Corrección	Absoluta.	Permite errores menores si la intención	Absoluta (un error gramatical destruye la

		comunicativa se mantiene.	autoridad).

Desarrollo

Indica cómo debería adaptar Sofía su discurso en las siguientes situaciones, centrando la atención en el **léxico y la extensión**. Indica también cuál podría ser la audiencia de esas situaciones comunicativas:

Situación comunicativa	Audiencia	Registro lingüístico requerido	Ejemplo de léxico utilizado	Extensión del discurso
Un informe económico en el que se justifica que la jornada laboral de 4 días no es un coste, sino una inversión con retorno medible				
Publicación en X a favor de la jornada de 4 días a la semana				
Cartel publicitario con los beneficios de la jornada de 4 días a la semana				
Correo electrónico al comité de empresa en el que se solicita que se estudie implementar en la empresa la jornada de 4 días a la semana				

Reflexiona...

¿Qué recurso prohibido por el informe técnico utiliza la publicidad para transmitir su mensaje? ¿Qué recursos te permite X que no te permite un correo electrónico?

Respuesta:

Actividad

Ahora que ya conoces los elementos clave para adecuar el registro al contexto, analiza los siguientes fragmentos completando la tabla:

Fragmento de texto	Tipo de registro	Justificación (2 rasgos clave)
INFORME ECONÓMICO: La evaluación de experiencias piloto en organizaciones de referencia indica que la Jornada Laboral de Cuatro Días proporciona mejoras significativas en rendimiento y salud laboral: -un incremento del 14 % en la productividad global; -una reducción del 23 % en los índices de absentismo; -una percepción positiva del 87 % respecto al clima organizativo; -una disminución de la rotación anual del personal en un 19 %. Estos beneficios se deben, principalmente, a la optimización de procesos internos, al aumento de la concentración durante la jornada y al fortalecimiento de los factores psicosociales vinculados a la conciliación.		
CARTEL PUBLICITARIO: Más descanso. Más salud. Más productividad. La Jornada Laboral de 4 Días es el futuro… y empieza hoy.Trabajar mejor es vivir mejor. [Logo de la Fundación XYZ]		
PUBLICACIÓN EN REDES SOCIALES:		

La Jornada de 4 Días no es un capricho: es más eficiencia, menos estrés y más vida.Ya toca actualizar el calendario, ¿no?¿Qué opinan ustedes? 👇#ViernesDeVibras #CaffeineTime		
CORREO AL COMITÉ DE EMPRESA: Estimados miembros del Comité de Empresa: Me dirijo a ustedes para solicitar formalmente la apertura de un proceso de estudio sobre la posible implantación de la Jornada Laboral de Cuatro Días en nuestro centro de trabajo. Diversas experiencias implementadas en organizaciones públicas y privadas han demostrado mejoras claras en productividad, bienestar psicosocial y retención del talentO.		

Conocimientos previos

-Desde tu experiencia ¿consideras que un informe técnico, una publicación en una red social o un cartel de publicidad utilizan el mismo tipo de persuasión para el lector? ¿Por qué?

-¿Qué es lo que hace que una publicación en redes se haga viral?

-¿Cómo debe ser un cartel publicitario para atraer la atención de las personas a las que se dirige?

APRENDEMOS

3 Tercer objetivo: estructura y organización de los mensajes escritos.

La estructura del mensaje es la primera herramienta de persuasión, pues dicta la velocidad y la profundidad con la que el receptor absorbe la información.

Tipo de estructura	Función persuasiva	Principio clave	Dónde se aplica

Estructura jerárquica: Resumen Intro Metodología Análisis Conclusión	Establecer la validez y el rigor de la tesis de forma secuencial.	**Racionalidad:** El lector acepta la conclusión porque ha visto todo el proceso.	Informes, ensayos académicos, tesis.
Estructura fragmentada: Gancho Dato 1 Dato 2 Conclusión	Maximizar la lectura y el *engagement* en entornos de atención limitada.	**Velocidad e interrupción:** El lector recibe un estímulo constante para seguir leyendo (el siguiente fragmento).	Hilos de redes sociales, listas de puntos (bullet points).
Estructura de impacto: Imagen emotiva Eslogan Logotipo	Crear una conexión emocional o conceptual instantánea antes de que el receptor cambie de canal.	**Emoción y concisión:** El mensaje debe ser obvio, memorable y emocionalmente relevante en menos de 5 segundos.	Carteles, anuncios (print y audiovisual), eslóganes.

Actividad

Finalmente, Sofía ha decidido utilizar el informe técnico, el hilo en red social y el cartel publicitario. ¿Cómo debe organizarse la información en cada uno de estos formatos para ser efectiva? Indica el tipo de estructura organizativa de cada uno y explica cuál es el propósito comunicativo en cada caso.

Formato	Estructura organizativa	Propósito comunicativo
Informe técnico		
Hilo en red social		
Publicidad		

Desarrollo

Sofía ha comenzado a realizar el INFORME TÉCNICO. Ayúdale a clasificar la siguiente información en la estructura del informe, completando la siguiente tabla:

1. Resumen ejecutivo	
2. Introducción	
3. Metodología	
4. Análisis	
5. Conclusión	

A) Impacto Social (Reducción de bajas laborales y *presentismo*).

B) Establecimiento del marco teórico

C) Muestreo, datos, fuentes

D) La JLR de 32 horas semanales, implementada bajo la metodología de "foco profundo" (deep-focus), no solo mantiene los indicadores clave de rendimiento (KPI) de productividad, sino que proyecta un incremento neto del 5% en la retención de talento y una reducción del 15% en los costes de *burnout* corporativo. Recomendamos su implementación inmediata en el sector de servicios.

E) La JLR es un imperativo económico y ético.

F) Viabilidad financiera (análisis de costes fijos vs. variables).

G) Casos prácticos de implementación (estudios de caso en países nórdicos)

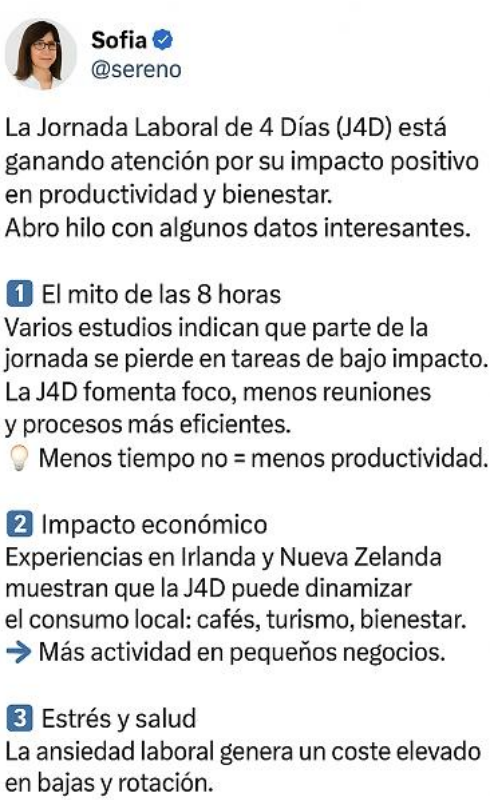
Sofía ha realizado las publicaciones en la RED SOCIAL X. Identifica a qué parte de la estructura organizativa pertenece cada publicación, completando la siguiente tabla:

Gancho	
Dato1	
Dato 2	
Conclusión	

La verdad incómoda sobre la jornada de 4 días

A) Sofía impulsa esta propuesta desde el Fondo para el Estudio del Bienestar Laboral. Si quieres 52 días libres más al año sin perder salario, haz RT y difunde el mensaje. #Jornada4Días #FuturoDelTrabajo #RePiensaElTrabajo
B) El mito de las 8 horas. Varios estudios indican que parte de la jornada se pierde en tareas de bajo impacto.
C) Experiencias en Irlanda y Nueva Zelanda muestran que la J4D puede dinamizar el consumo local: cafés, turismo, bienestar.
D) La ansiedad laboral genera un coste elevado en bajas y rotación.

Así es como ha quedado el hilo de Sofía:



Ahora solo falta crear el **CARTEL.** Sofía tiene claras las ideas para su cartel. Organiza esas ideas en la estructura de impacto estudiada. Para ello, completa la tabla:

Titular	
Eslogan	
Mensaje	
Identidad	

A) Recupera tu tiempo. Mejora tu rendimiento. La jornada de 4 días es viable.

B) ¿Y si el lunes no fuera el peor día de la semana?
C) Logotipo (Imaginario: Fondo para el Estudio del Bienestar Laboral).
D) Propuesta de Viabilidad Económica. **#RePiensaElTrabajo**

Una vez organizadas ideas, Sofía ha diseñado el cartel siguiendo la estructura de impacto que necesita.

Así ha quedado el cartel de Sofía:



Desenlace

Sofía ha aprendido que, como futura periodista y comunicadora, dominar la **adecuación** es su mayor activo. Para ganar la beca, no basta con tener una buena idea, hay que saber cómo vestirla:

> El i**nforme técnico** le da el **rigor** para el jurado académico.
>
> La **publicidad** le da la **autoridad** ante la ciudadanía.
>
> La **publicación en red social** le da el **alcance viral** en el mundo digital.

Al dominar la **intención, el registro y la estructura** de cada tipo de mensaje, Sofía convierte su buena idea en un argumento invencible que funciona en todos los canales y asegura su futuro profesional.

Moraleja: La habilidad de adaptar el mensaje escrito al **contexto, la audiencia y la intención** es el fundamento de una comunicación eficaz y la clave para el éxito periodístico.

4. La situación comunicativa: contexto y oralidad

Objetivos de aprendizaje

1 Primer objetivo: influencia del contexto en la forma y contenido del mensaje.

2 Segundo objetivo: estrategias para analizar y comparar mensajes orales.

3 Tercer objetivo: preparar el debate: el guion.

"La misión de Sofía: prepararse para la defensa oral de su beca."

Sofía ha superado la fase escrita de su beca y ahora se enfrenta a la prueba final: la defensa oral de su propuesta, el debate. Ella sabe que, en el periodismo y en cualquier ámbito profesional, la comunicación más impactante no es la que tiene el mejor contenido, sino la que mejor se **adapta al contexto** y la que demuestra una habilidad profunda para **analizar el discurso de otros**.

Actividad

Sofía ahora quiere centrarse en los mensajes orales, que son rápidos, directos y están llenos de información paraverbal y no-verbal.

Conocimientos previos

Sofía debe defender su idea ante un jurado y en un podcast de divulgación.

-¿Piensas que el discurso será el mismo en ambas situaciones? ¿Por qué?

-¿Cómo debe ser la forma del discurso en cada situación?

-¿Cómo influye el contexto de comunicación en cada caso?

APRENDEMOS

1 Primer objetivo: influencia del contexto en la forma y contenido del mensaje

El contexto (o situación comunicativa) es el conjunto de circunstancias (lugar, tiempo, cultura, audiencia y propósito) que rodean un acto de comunicación. Este es el factor determinante para la adecuación del mensaje y define dos aspectos clave de la oralidad:

1. **La forma (registro):** ¿cómo debe hablar (tono, velocidad, léxico)?

2. **El contenido (énfasis):** ¿qué información es prioritaria o relevante?

Según el **modelo de comunicación**, la *situación comunicativa* o *contexto* no es un mero telón de fondo, sino el elemento que **controla la codificación y la decodificación del mensaje**.

Elemento teórico	Función en el discurso oral
Público/audiencia	Determina el **registro** (formal, coloquial, técnico). Exige ajustar el léxico, la sintaxis y la complejidad del contenido a las expectativas del receptor.
Propósito/finalidad	Determina las **funciones del lenguaje**. El mensaje debe organizarse para lograr el objetivo específico (informar, solicitar, emocionar).

El propósito comunicativo activa una función lingüística dominante que define el **contenido prioritario** (énfasis):

- **Función referencial:** Se centra en la **realidad objetiva** (el "Referente"). Su propósito es informar, contrastar y demostrar rigor. Se priorizan hechos, datos estadísticos y fuentes verificables.
- **Función apelativa o conativa:** Busca influir en la voluntad del receptor para que actúe o cambie de opinión. Se manifiesta en las órdenes, peticiones y estrategias de persuasión directa.
- **Función emotiva o expresiva:** Se centra en el **estado de ánimo y la subjetividad** del emisor. Su propósito es generar conexión, confianza o manifestar sentimientos.
- **Función fática:** Busca establecer, prolongar o cortar la comunicación (mantener el "canal" abierto). Se manifiesta en las fórmulas de saludo, las preguntas para verificar la atención y los cambios de ritmo para mantener el interés.

La **adecuación** significa que el mensaje respeta el conjunto de normas y convenciones sociales establecidas para un contexto específico. Su cumplimiento es directamente proporcional a la **eficacia comunicativa**. Un mensaje ineficaz, aun siendo gramaticalmente correcto, es inadecuado.

Desarrollo

Si quiere que el contenido se comunique eficazmente, Sofía debe realizar dos discursos, uno para cada situación. Ayúdale y completa la siguiente tabla sobre las dos situaciones que debe afrontar Sofía:

Elemento del contexto	Situación a: Debate formal ante jurado (sala de actos)	Situación b: Entrevista en un pódcast de divulgación (estudio)
Público/audiencia		
Propósito		
Riesgo		
Forma requerida (registro)		
Contenido prioritario		

Conclusión: La clave de la eficacia comunicativa no está en la verdad del mensaje, sino en la adecuación del mensaje al contexto. Lo que es un punto fuerte en la situación A (rigor técnico) puede ser un desastre en la situación B (aburrimiento).

Reflexiona

-¿Qué funciones predominan en las dos situaciones a la que debe enfrentarse Sofía?

-Indica dos funciones para cada caso: la función dominante y la función secundaria.

1. Situación A: debate formal ante jurado (sala de actos)

Función lingüística dominante:

Función secundaria:

2. Situación B: Entrevista en un pódcast de divulgación (estudio)

Función lingüística dominante:

Función secundaria:

Actividad

Sofía sabe que un buen periodista no solo sabe hablar, sino también escuchar y desglosar el discurso ajeno. Para el debate final de la beca, Sofía necesita evaluar a sus oponentes en tiempo real.

El análisis de un mensaje oral va más allá de las palabras (lo verbal) e incluye elementos únicos que influyen en la persuasión.

Conocimientos previos

-¿Qué sentimientos o intenciones te transmite una persona que habla muy rápido? ¿Y alguien que habla muy despacio?

-Piensa en una exposición reciente (clase, presentación, vídeo). ¿Cómo influyó la entonación del hablante en tu interés por lo que decía?

-¿Crees que las pausas en un discurso ayudan o entorpecen la comunicación? ¿Por qué?

-¿Qué situaciones recuerdas en las que el volumen del hablante afectó a cómo interpretaste su seguridad o nerviosismo?

-¿Cómo cambia el significado de un mismo mensaje si se dice con tono irónico, serio o alegre? Pon ejemplos.

-¿Puedes recordar una situación en la que el lenguaje corporal de alguien te hizo confiar más (o menos) en su mensaje? ¿Por qué? ¿Qué gestos o movimientos generan más confianza?

2 Segundo objetivo: estrategias para analizar y comparar mensajes orales.

Los elementos paraverbales y no-verbales no son accesorios, sino la clave de la credibilidad y la persuasión en el discurso oral.

Elemento	Descripción y función comunicativa	Credibilidad que genera
Paraverbal	**Entonación** (expresa intención); **volumen** (proyecta seguridad o timidez); **ritmo** (indica nerviosismo o dominio del tema).	El dominio del silencio (pausas estratégicas) se percibe como **autoridad**. Un ritmo acelerado se interpreta como **inseguridad**.
No-verbal	**Gestos** (enfatizan el argumento); **postura** (controla	Un lenguaje corporal **abierto y firme** aumenta la confianza del

	la energía del escenario); **contacto visual** (establece conexión y honestidad).	público. La falta de contacto visual puede interpretarse como **ocultamiento o desinterés**.

Las **ESTRATEGIAS DE PERSUASIÓN**, esenciales en el debate, se organizan según los tres pilares de la Retórica Clásica:

- **Logos (razón):** la persuasión basada en la evidencia, los datos y la lógica formal. Un discurso *Logos*-dominante apela a la inteligencia del receptor.
- **Pathos (emoción):** la persuasión basada en la conexión emocional, los valores y las historias que generan empatía, miedo o entusiasmo en la audiencia.
- **Ethos (credibilidad):** la persuasión basada en la percepción de autoridad y carácter del orador. Se construye a través de la reputación, el dominio técnico del tema, y la coherencia del lenguaje paraverbal y no-verbal.

Desarrollo

Imagina que Sofía tiene esta frase en mente "*La solución que proponemos es viable y sus costes son mínimos*."

Indica qué efecto produce en la audiencia prestando atención a los diferentes usos de los elementos paraverbales y no-verbales.

Completa la siguiente tabla:

Elementos observados (no-verbal/paraverbal)	**Efecto proyectado (credibilidad/Ethos)** **a) Seguridad y dominio sobre el tema** **b) Inseguridad y duda**	**¿Aumenta o disminuye la persuasión?**
Habla con un **ritmo acelerado**; evita el **contacto visual**; usa gestos pequeños y nerviosos.		
Hace una **pausa estratégica** antes de "viable"; mantiene un **volumen firme**;		

usa una postura **erguida** y gestos abiertos.		
Sube el tono al decir "mínimos" (entonación); se **inclina ligeramente** hacia adelante (postura); mira directamente al receptor (contacto visual).		
Baja el volumen al final de la frase; **se encoge de hombros** (gesto); su **ritmo es lento** e incierto.		

La preparación de Sofía para su debate es la suma de su trabajo previo (el contenido) y sus nuevas habilidades (la adaptación oral).

Conocimientos previos

Una vez trabajados los contenidos y la adaptación oral, Sofía se centra en preparar el guion.

-Cuando has participado en un debate o exposición, ¿utilizaste algún tipo de guion? ¿Cómo te ayudó (o no)?

-¿Qué partes consideras imprescindibles en un guion para que un discurso tenga coherencia?

-¿Cómo puede influir un guion en la cohesión del discurso?

APRENDEMOS

3 Tercer objetivo: preparar el debate: el guion.

En el debate, el **guion** es una herramienta esencial. No se trata de memorizar palabra por palabra, sino de asegurar la **coherencia, cohesión** y el **ritmo** del mensaje. Un guion bien elaborado permite:

- **Marcar pausas estratégicas:** Saber dónde respirar para aumentar el impacto.
- **Identificar puntos clave:** Resaltar los argumentos más fuertes con un volumen adecuado.

- **Volver al mensaje principal:** Tener un *ancla* para recuperar el foco si se desvía por los nervios o una pregunta inesperada.

En definitiva, el guion permite mantener la coherencia temática, incluso bajo presión o ante interrupciones.

Desarrollo

Ayuda a Sofía en su discurso y relaciona cada elemento del guion con el beneficio que aporta al orador durante el debate.

1. Permite al orador volver rápidamente a la idea central si es interrumpido o se pone nervioso.

2. Asegura que los argumentos más fuertes sean entregados con la entonación y volumen adecuados, maximizando su efecto.

3. Ayuda a controlar la respiración y genera un espacio de silencio que aumenta la tensión y la atención del público.

Elemento del guion	**Beneficio clave**
A. Marcar la palabra 'PAUSA' en puntos críticos	
B. Incluir la frase de cierre ('el ancla')	
C. Subrayar los 'verbos rectores' y las 'citas'	

Escribe las siguientes notas para el guion de Sofía:

1. Argumento: *"Probaré que la semana laboral de 4 días no es un coste, sino una inversión en la salud mental del empleado que se traduce directamente en un aumento de la productividad del 18%."*

Indica dónde harías una pausa dramática para aumentar el impacto de tu argumento.

Respuesta:

2. Frase de ancla: *"El verdadero coste no es la logística, sino la fatiga que estamos combatiendo con esta propuesta."*

¿Qué parte de tu argumento debe ir con un ritmo lento y enfático?

Respuesta:

A Sofía le surge otra duda, si un oponente interrumpe su argumento con una pregunta irrelevante, ¿cómo puede ayudarle el guion a mantener la coherencia temática y no perder el foco?

Respuesta:

Moraleja

El valor de un mensaje no reside solo en lo que se escribe (los datos, la verdad y el rigor), sino en cómo se adapta y se transmite oralmente (el tono, el contexto y la estrategia).

En la comunicación, el rigor de la fuente (lo escrito) te da la autoridad, pero la adecuación al contexto y la habilidad para analizar al adversario (lo oral) te dan la victoria.

5. El texto escrito según el contexto social o académico

Objetivos de aprendizaje

1 Primer objetivo: estrategias de organización y planificación de ideas.

2 Segundo objetivo: conectores y recursos de cohesión.

3 Tercer objetivo: estrategias de adaptación y registro según el público y contexto.

4 Cuarto objetivo: técnicas de revisión y autoevaluación para mejorar fluidez, coherencia y claridad.

"Mientras Sofía prepara su defensa oral, su base de datos y argumentos sigue siendo su informe escrito."

Actividad

La **expresión escrita** es la capacidad de trasladar las ideas y el rigor de la investigación a un documento que no solo sea correcto gramaticalmente, sino también persuasivo, fácil de seguir y adaptado a las expectativas del lector.

Conocimientos previos

- Piensa en alguna ocasión en la que tuviste que escribir una carta o un texto formal

¿comenzaste a escribir directamente o preparaste primero las ideas?

- Si comenzaste a escribir directamente ¿qué problemas tuviste después? ¿cómo los solucionastes?

- ¿En qué piensas que consiste la "fase de pre-escritura" y qué propósito puede tener en tus textos?

- ¿Qué estrategias has aplicado para la generación de ideas previas?

-¿Cuál es el objetivo de la “introducción” en un texto? ¿Y el objetivo de la conslusión?

APRENDEMOS

1 Primer objetivo: estrategias de organización y planificación de ideas.

La fase de pre-escritura es la etapa inicial y más crítica de la composición de cualquier texto formal (ensayo, informe, debate). Su propósito no es redactar, sino planificar y organizar, asegurando la coherencia y la adecuación antes de escribir la primera frase.

Estrategia I: generación de ideas

Esta es la primera acción en la pre-escritura, enfocada en la exploración y generación de contenido.

A. Lluvia de ideas (Brainstorming)

- Propósito: liberar todas las ideas, conceptos, datos, argumentos y posibles evidencias que vengan a la mente sobre el tema, sin juzgarlas ni filtrarlas.
- Beneficio: asegura que se considere la mayor cantidad de material posible antes de tomar decisiones de selección.

B. Mapeo mental (Mind mapping)

- Propósito: establecer las conexiones jerárquicas y visuales entre las ideas generadas.

- Beneficio clave: permite ver cómo las ideas secundarias se agrupan bajo ideas principales, lo cual es fundamental para el paso siguiente. Si una idea no se conecta con la tesis central, debe ser descartada para mantener la coherencia.

3. Estrategia II: organización (esquema estructural I-D-C)

Una vez que se tienen las ideas relevantes, se les asigna un orden lógico mediante el esquema de tres partes: Introducción, desarrollo y conclusión.

A. Introducción (I)

La puerta de entrada al texto, debe ser concisa y cautivadora.

Elemento	Función clave
Contexto	Presenta el tema general.
Tesis	Es el elemento más importante. Es la idea central, posición o propuesta que el autor defenderá o explicará a lo largo del texto.

B. Desarrollo (D)

El cuerpo de la demostración, donde se sustentan las afirmaciones.

Elemento	Función clave
Argumentos	Cada párrafo debe exponer una idea principal que apoya la tesis.
Evidencias	Datos, citas, ejemplos o pruebas concretas que sustentan cada argumento.

C. Conclusión (C)

El cierre, que reafirma el propósito del texto.

Elemento	**Función clave**
Síntesis	Resumen conciso de los argumentos presentados en el desarrollo.

Propuesta final / proyección	La reflexión final, la solución, el llamado a la acción o la mirada a futuro que el autor ofrece al lector.

Desarrollo

Sofía está en la fase de pre-escritura para su informe técnico. La pregunta del informe es la siguiente: ¿cuáles son los riesgos y beneficios de la implementación de la jornada laboral de 4 días (32 horas) y qué pasos recomendamos seguir?

Siguiendo la teoría de generación de ideas, completa la tabla sobre las ideas que ha anotado Sofía:

Idea/concepto (brainstorming)	**Clasificación (riesgo/beneficio/neutro)**
1. Reducción del absentismo laboral y mejora del estado de ánimo.	
2. La carga de trabajo se comprime, lo que puede aumentar el estrés.	
3. Ahorro de energía y costes operativos en las oficinas los viernes.	
4. Dificultarevd para coordinarse con clientes que mantienen la jornada de 5 días.	
5. Necesidad de invertir en software de gestión de proyectos para la coordinación.	
6. Aumento de la fidelización y atracción de talento joven.	
7. La productividad por hora trabajada tiende a subir, no a bajar.	
8. La ley laboral actual requiere ajustes o pilotos específicos.	

FASE II: Organización Estructural del Informe

Con las ideas anteriores, Sofía ha establecido el objetivo y el resumen:

A. Objetivo y resumen ejecutivo (marco y síntesis)

- Objetivo del informe: analizar la viabilidad y las implicaciones operativas de implementar la jornada laboral de 4 días en la empresa X, y proponer una hoja de ruta.
- Conclusión clave (resumen ejecutivo): la jornada de 4 días ofrece beneficios sustanciales en retención de talento y productividad, pero solo debe implementarse tras un programa piloto en departamentos seleccionados que no dependan de la interacción diaria con clientes externos.

Ahora ayuda a Sofía a organizar todos los puntos de su informe en la siguiente estructura de contenido:

- Crear una "guardia rotativa" los viernes para asegurar que siempre hay personal de soporte disponible para clientes críticos y mitigar el riesgo 2.
- El aumento del teletrabajo post-pandemia ha abierto la puerta a modelos laborales más flexibles, siendo la jornada de 4 días el más debatido a nivel global.
- Si bien los riesgos de coordinación externa son altos, los beneficios internos justifican la inversión de recursos para mitigar dichos riesgos. La implementación a gran escala debe ser progresiva.
- La compresión de las horas de trabajo podría llevar al personal a sentirse más estresado o abrumado durante los 4 días.
- Si bien los riesgos de coordinación externa son altos, los beneficios internos justifican la inversión de recursos para mitigar dichos riesgos. La implementación a gran escala debe ser progresiva.
- El informe se centra en los departamentos de desarrollo de software y marketing digital, por su naturaleza de trabajo basado en objetivos.
- La implementación de este modelo serviría como un fuerte diferenciador para la atracción y retención de talento en un mercado competitivo.
- Se espera una reducción del absentismo laboral y una mejora significativa en el estado de ánimo general del equipo.
- Iniciar un programa piloto de 6 meses en el departamento de desarrollo de software (por ser interno) para medir productividad y estrés.

B. Estructura de Contenido

1. INTRODUCCIÓN (metodología)	
Contexto:	
Alcance:	
2. ANÁLISIS DE BENEFICIOS (cuerpo del informe)	
Beneficio 1:	
Beneficio 2:	
3. ANÁLISIS DE RIESGOS (cuerpo del informe)	
Riesgo 1:	
Riesgo 2:	
4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	
Conclusión final:	
Recomendación 1:	
Recomendación 2:	

Ahora Sofía ya está lista para desarrollar su informe técnico.

Actividad

Sofía sabe que el informe debe tener cohesión para dar credibilidad a la información que transmite.

Conocimientos previos

Lee con atención las siguientes afirmaciones:

A. "La jornada de 4 días mejora el bienestar. La gente tiene más tiempo. Las empresas son más productivas."

B. "La jornada de 4 días mejora el bienestar. Además, la gente tiene más tiempo y por lo tanto, las empresas son más productivas."

-¿Cuál te suena más convincente para un debate? ¿Por qué?

-¿Qué aportan "además" y "por lo tanto"?

Los buenos oradores usan estos recursos constantemente: conectores y recursos de cohesión.

APRENDEMOS

2 Segundo objetivo: conectores y recursos de cohesión.

La **cohesión** es la propiedad que permite que las frases y párrafos se enlacen correctamente usando los marcadores discursivos.

Observa los siguientes ejemplos:

Texto sin conectores	Texto cohesivo (mejorado)	Recurso clave
La inflación sube. El coste de vida aumenta. Las familias tienen menos capacidad de ahorro.	*La inflación sube. Por consiguiente, el coste de vida aumenta, lo que genera que las familias tengan menos capacidad de ahorro.*	Conector de consecuencia (por consiguiente)
El informe es detallado. La metodología no está bien	*El informe es detallado. No obstante, la metodología no está bien*	Conector de contraste (no

explicada.	*explicada.*	obstante)

La cohesión garantiza la legibilidad y la fluidez.

Se logra mediante el uso eficiente de marcadores y la evitación de la repetición innecesaria.

Los marcadores discursivos (o conectores lógicos) son unidades lingüísticas invariables que guían al lector, estableciendo relaciones lógicas entre las diferentes partes del texto (frases, oraciones y párrafos). Son fundamentales para la cohesión.

Función del marcador	**Uso principal**	**Ejemplos clave**
Adición / suma	Añadir nueva información o argumentos que refuerzan la idea previa.	Además, asimismo, por otra parte, cabe añadir que, incluso.
Contraste / oposición	Introducir una idea contraria, una objeción o una limitación a lo expuesto.	Sin embargo, no obstante, por el contrario, a pesar de ello, aunque, en contraste.
Causa / Consecuencia	Explicar la razón de algo (causa) o el resultado (consecuencia).	Causa: porque, debido a, a causa de, puesto que. Consecuencia: Por lo tanto, en consecuencia, así pues, de ahí que, por ello.
Orden / secuencia	Organizar el discurso o enumerar argumentos de forma clara.	En primer lugar, a continuación, seguidamente, por último, para concluir.
Énfasis / recapitulación	Subrayar una idea o resumir lo dicho anteriormente.	En efecto, es decir, de hecho, en resumen, en otras palabras, en definitiva.

Para evitar la **repetición**, usamos los siguientes recursos:

Recurso de cohesión	Función	Ejemplo de uso
Sustitución léxica	Reemplazar una palabra por un sinónimo o un hiperónimo para evitar la repetición.	En lugar de repetir "productividad", usar "rendimiento", "eficiencia" o "la métrica clave".
Referencia gramatical	Usar pronombres (lo, la, ellos), demostrativos (este, esa) o adverbios (allí) para referirse a elementos ya mencionados.	La propuesta (sujeto) es sólida; esta (pronombre) será presentada al jurado.
Elipsis	Omitir un elemento que se entiende por el contexto.	"Sofía presentó el informe. [Sofía] Espera la respuesta." (Se omite el sujeto en la segunda frase).

Desarrollo

Sofía tiene el siguiente párrafo. Aunque las ideas son claras, el texto es repetitivo y utiliza marcadores discursivos muy genéricos (otro beneficio, además, de este modo).

Párrafo de Sofía (original)

*El primer **beneficio** de la jornada de 4 días es la mejora en el bienestar. Los estudios muestran una **reducción del absentismo laboral**, y la **reducción del absentismo laboral** se debe a que el personal está más descansado. **Otro beneficio** es el aumento de la productividad. El **aumento de la productividad** ocurre porque la carga de trabajo se comprime, lo que obliga al personal a ser más eficiente. **Además**, la jornada de 4 días facilita la **atracción de talento joven**. La **atracción de talento joven** es un factor clave en la competitividad. **De este modo**, concluimos que la jornada de 4 días aporta valor.*

Ahora reescribe el párrafo anterior en **un solo paso**, realizando las siguientes correcciones de estilo:

1. **Sustituye:** Evita repetir las frases clave (**beneficio**, **reducción del absentismo laboral**, **aumento de la productividad**, **atracción de talento joven**). Usa sinónimos (ej., *ventaja*, *este fenómeno*, *dicho incremento*, *esta capacidad*).
2. **Mejora los Conectores:** Reemplaza los marcadores discursivos genéricos (Otro beneficio, Además, De este modo) por conectores de orden/secuencia, causa o conclusión más variados y elegantes (ej., *En segundo lugar*, *Por consiguiente*, *En síntesis*).

Escribe el párrafo final aquí, aplicando todas las correcciones.

Respuesta:

Actividad

Sofía sabe que también debe elegir el tono, el léxico y la complejidad gramatical adecuados para el destinatario concreto.

Conocimientos previos

-Qué diferencia hay entre usar términos especializados (como “viabilidad económica”, “índice de rotación”) y palabras de uso común (como “dinero”, “gastos”)?

-En qué situaciones crees que es mejor optar por un vocabulario técnico?

-¿Cuándo crees que un texto demasiado técnico puede ser un problema para el lector?

- ¿Crees que un mismo contenido debe explicarse igual para todo tipo de lector?

Si tuvieras que explicar la inflación a:

- un economista,
- tu familia,
- un niño de 10 años…
  ¿Cambiarías tu forma de expresarte en cada caso? ¿Cómo?

APRENDEMOS

3 Tercer objetivo: estrategias de adaptación y registro según el público y contexto.

La adecuación es la propiedad que rige las otras dos (cohesión y coherencia), asegurando que el mensaje es apropiado para el lector.

Rasgo de la adecuación	**Requisito formal (informe académico)**	**Requisito divulgativo (artículo de prensa)**
Complejidad sintáctica	Oraciones subordinadas y compuestas, largas.	Oraciones cortas, simples y directas (sujeto + verbo + predicado).
Uso de la primera persona	Prohibido o limitado al resumen ejecutivo (uso impersonal).	Permitido para establecer una opinión o cercanía ("Yo creo que...").
Léxico	Tecnoleccto (vocabulario de la especialidad: Índice de rotación, viabilidad).	Vocabulario de uso común (gastos, dinero, felicidad).

Por todo ello, adaptar el registro significa elegir el tono, el léxico y la complejidad gramatical adecuados para el lector. Un texto debe ser adecuado a su contexto para ser efectivo.

Desarrollo

Sofía está escribiendo su informe técnico y una carta al director de un periódico sobre la jornada laboral de 4 días para darle publicidad a este tema.

Completa la tabla de análisis indicando si las frases pertenecen al informe técnico o a la carta al director teniendo en cuenta el registro de adecuación.

Ejemplo de frase	**¿Tipo de Texto?**

La reducción de la jornada laboral a cuatro días semanales constituye un factor de impacto positivo en la productividad media interanual.	**A) Informe técnico** **B) Carta al director**
No estoy de acuerdo con que nos quiten un día, ¿quién va a hacer mi trabajo? Es una locura. *El análisis predictivo sugiere que la implementación de este modelo podría mitigar el riesgo de burnout en un 25%.*	
El objeto de esta iniciativa es optimizar el balance entre la esfera profesional y la personal del colaborador. *Sinceramente, creo que las bicicletas son la solución para el tráfico y la gente debería usarlas más.*	
Como estudiante universitario, la jornada de 4 días me permitiría equilibrar mis estudios y mi trabajo a tiempo parcial, reduciendo la ansiedad por los exámenes.	

Actividad

Conocimientos previos

Imagina que estás leyendo un artículo importante sobre un tema complejo. Encuentras varios errores de concordancia, puntuación incorrecta y frases que parecen incompletas. A pesar de que la información de fondo es correcta, el texto está lleno de fallos superficiales.

-Cuando lees un texto con errores de este tipo, ¿su autor te inspira confianza y credibilidad?

-¿Crees que al autor ha revisado el artículo tras escribirlo?

Ahora imagina que has escrito el siguiente fragmento en un documento: *"La **productividad** aumentó gracias a la jornada de 4 días. Para mantener esta **productividad**, la empresa invertirá en nueva tecnología que asegure la **productividad** de los equipos."*

-¿Qué problema concreto de cohesión y fluidez presenta este texto?

-¿Cómo crees que se podría mejorar?

-¿Cuándo crees que se pueden introducir las mejoras en un texto durante su redacción o tras su redacción?

-¿Sueles aplicar la técnica de la lectura en voz alta para revisar los textos que escribes? ¿En qué crees que te puede ayudar esta técnica?

APRENDEMOS

4 Cuarto objetivo: técnicas de revisión y autoevaluación para mejorar fluidez, coherencia y claridad.

La revisión no es solo de ortografía; es una autoevaluación de la estructura, el ritmo y la adecuación.

La siguiente tabla presenta diferentes técnicas de autoevaluación que ayudan a comprobar la coherencia y cohesión de un texto:

Técnica de autoevaluación	**Pregunta de revisión**	**Objetivo a mejorar**
Chequeo de la tesis	¿la conclusión final es la respuesta directa a la tesis planteada en la introducción?	Coherencia
Lectura en voz alta	¿el uso de conectores y la puntuación es natural al leer?	Fluidez y claridad
Revisión del "*lo mismo*"	¿se ha repetido un concepto clave (ej. "Productividad") más de tres veces en el mismo párrafo sin usar sinónimos o pronombres?	Cohesión y riqueza léxica
Verificación de adecuación	¿el léxico y el tono son apropiados para el público objetivo?	Adecuación al contexto

Durante la revisión, el autor se convierte en su primer lector y crítico, asegurando la calidad final del texto.

Etas son las diferentes etapas de la revisión:

Etapa de revisión	Enfoque principal	Herramienta de comprobación
Revisión de fondo	Coherencia y argumentación: ¿la estructura argumental funciona? ¿las ideas son sólidas?	El **esquema inicial** (I-D-C).
Revisión de forma	Cohesión y fluidez: ¿hay marcadores correctos? ¿se repiten palabras?	La **lectura en voz alta** (el oído detecta mejor los errores de ritmo y repetición).
Revisión de superficie	Corrección gramatical: Ortografía, puntuación, concordancia y sintaxis.	Correctores automáticos o la relectura párrafo por párrafo.

Desarrollo

Sofía está escribiendo un ensayo persuasivo de 500 palabras con la tesis: **"La implementación de la semana laboral de cuatro días es la medida más eficiente para impulsar la productividad y el bienestar empresarial."**

Debe mantener un tono formal y objetivo. Su profesor le ha pedido que aplique las técnicas de autoevaluación antes de entregarlo.

Lee el siguiente fragmento del borrador de Sofía:

> *"La **semana laboral** de cuatro días ya no es un concepto futurista, sino una realidad palpable. Esta reducción de la jornada laboral trae consigo múltiples beneficios. En este ensayo, analizaremos en detalle cómo la semana de **cuatro días** impulsa la **productividad** y optimiza los costes empresariales, demostrando que es una medida completamente necesaria. La verdad, es que la vida no es solo **trabajo**, y la gente necesita más tiempo libre. Además, esta **semana laboral** más corta, por lo tanto, reduce el estrés. Los estudios muestran que tener menos **trabajo** hace que las personas sean más felices. Es **una locura** seguir con cinco días si con cuatro la **productividad** puede ser la misma o incluso mayor. La conclusión principal es que la semana de cuatro días es la mejor medicina para nuestra salud mental."*

Ahora vas a actúar como revisor de Sofía aplicando las técnicas de revisión estudiadas en el punto anterior.

Contesta a las preguntas de revisión formuladas sobre el borrador.

-Chequeo de la tesis: la conclusión final *"...es la mejor medicina para nuestra salud mental",* crees que es una respuesta sólida a la tesis de su introducción "*impulsar la productividad y optimizar los costes...*"? ¿Por qué?

-Lectura en voz alta: al leerlo, ¿la frase "*Además, esta semana laboral más corta, por lo tanto, reduce el estrés"* suena natural y bien conectada? ¿Cómo la mejorarías?

-Revisión del "lo mismo": ¿se repiten excesivamente términos clave como "**semana laboral**", "**trabajo**" y "**productividad**"? Si es así, ¿cómo se podría evitar?

-Verificación de adecuación: ¿El léxico y el tono ("La verdad, es que...", "Es **una locura**...") son apropiados para un ensayo formal de tipo empresarial/académico? ¿Por qué?

Reflexiona... Dominar las estrategias de **planificación, cohesión, coherencia y adecuación** no es solo un requisito académico: es la habilidad fundamental para hacer que tu mensaje cuente. Un argumento sólido, sin importar cuán brillante sea su contenido, solo tiene impacto si está envuelto en un texto claro, ordenado y que respete las reglas del juego comunicativo. **Escribir bien es pensar bien.**

6. La adaptación lingüística en la comunicación oral.

Objetivos de aprendizaje

1 Primer objetivo: vocabulario y expresiones según el contexto social y académico.

2 Segundo objetivo: fluidez y coherencia en el discurso. La narrativa fuera de la narrativa.

3 Tercer objetivo: corrección gramatical y fonética en la comunicación oral.

"La misión de Sofía: adaptar la linguïstica de su mensaje a su audiencia."

Ahora que el informe escrito de Sofía es coherente y cohesivo, el desafío se traslada a su presentación oral. La adaptación lingüística es la capacidad de modificar el lenguaje (vocabulario, sintaxis y registro) para que sea apropiado, respetuoso y persuasivo para su audiencia.

Actividad

Sofía ya ha aprendido que en el informe debe usar ciertos recursos y estrategias para adaptar su discurso escrito al contexto. Ahora también debe adaptar su discurso oral al público.

Te pide ayuda para analizar qué tipo de registro puede usar, atendiendo a ese contexto.

Conocimientos previos

Sofía ha anotado varias ideas para su discurso oral.

"A modo de conclusión, se sintetizan las ideas clave..."

"La gestión de datos presenta retos significativos."

¡Menudo problemón tenemos con los datos de ausentismo!

"Se infiere que los resultados tenderán a ser positivos."

"¡Menudo problemón tenemos con los datos!"

"Procederemos al análisis de los factores conductuales."

"Me parece que esto va a salir bien."

"Para terminar y ya está."

¿Crees que son todas adecuadas para su discurso oral público?

Ahora clasifícalas en dos categorías:

- ***uso inapropiado (coloquial)***
- ***uso apropiado (formal/académico)***

Uso inapropiado (coloquial)	Uso apropiado (formal/académico)

APRENDEMOS

1 Primer objetivo: vocabulario y expresiones según el contexto social y académico.

Como ya has aprendido en la sección 5, el r**egistro lingüístico** es el conjunto de variantes que elegimos al comunicarnos en función de la situación. En el ámbito académico y profesional, la elección entre un registro formal e informal es crucial para proyectar credibilidad y autoridad.

Aspecto	**Registro formal / académico (lo correcto)**	**Registro informal / coloquial (lo incorrecto)**
Léxico	Empleo de vocabulario técnico, preciso y especializado.	Uso de jerga, muletillas, diminutivos o palabras vagas.
Sintaxis	Oraciones más largas y complejas; voz impersonal o pasiva.	Oraciones cortas, incompletas; voz muy personal (1ª persona).
Tono	Objetivo, respetuoso, neutral.	Subjetivo, emocional, excesivamente familiar.

El registro no es binario (formal/informal) sino un continuo. La adecuación exige situar el mensaje en el punto exacto de la escala.

- **Extremo formal:** informes jurídicos, protocolos diplomáticos, defensa de tesis. Máxima precisión y objetividad.
- **Zona media (estándar):** presentaciones de negocio, cartas de prensa, reuniones de trabajo. tono claro y respetuoso, pero directo.
- **Extremo informal:** conversaciones cotidianas, chats de amigos, notas personales. Máxima expresividad y cercanía.

En el contexto académico, el registro formal se consigue principalmente a través de la **impersonalidad** y la **precisión léxica**.

Estrategia de formalidad	**Uso lingüístico**	**Objetivo**
Impersonalidad	Uso de la 3ª persona o voz pasiva. Ej: *"se analizará el impacto..."* en lugar de *"yo analizaré el*	Proyectar objetividad y distanciamiento emocional

	impacto...".	del investigador.
Precisión léxica	Reemplazar verbos de uso común por verbos técnicos. Ej: "d*eterminar*" en vez de "s*aber*"; "*corroborar*" en vez de "d*emostrar*".	Aumentar la densidad informativa y la autoridad en el tema.

Desarrollo

Identifica las expresiones inapropiadas que hay en los siguientes fragmentos de Sofía para un contexto profesional/académico y reescríbelas usando un registro formal.

"¡Hola a todos! La verdad es que me parece que tenemos un problemón con la fatiga del personal, así que yo voy a analizar cómo lo podemos arreglar con la semana de 4 días.

Respuesta:

"En primer lugar, es súper importante ver los datos. Los resultados muestran que hay una tendencia a que la gente se canse mucho en cinco días.

Respuesta:

"La implementación de esta iniciativa es lo mejor, ya que yo creo que eso nos va a dar más tiempo para hacer nuestras cosas, mejorando el bienestar.

Respuesta:

"Para terminar y ya está, si la empresa hace esto, vamos a saber si el índice de agotamiento se reduce. Gracias."

Respuesta:

Actividad

Sofía quiere saber cómo lograr fluidez y coherencia en su discurso oral.

Conocimientos previos

¿Alguna vez has asistido a una presentación en la que el orador se apoya en el uso de diapositivas y se ha limitado a leer textualmente cada punto de sus diapositivas sin mirar al público ni variar su tono de voz? ¿Cómo te sentiste?

¿Sueles mantener la atención si el orador no hace contacto visual contigo como público?

¿Crees que un orador fluido es el que habla más rápido? ¿Por qué?

¿Qué sensación te transmite un orador que habla rápido cuando está exponiendo?

APRENDEMOS

2 Segundo objetivo: fluidez y coherencia en el discurso. La narrativa fuera de la narrativa.

La **fluidez** es el ritmo natural y la facilidad con que se desarrolla la exposición. La **narrativa fuera de la narrativa** se refiere a las transiciones y el meta-discurso (la estructura que envuelve el contenido principal). Asegura que el público sepa dónde está y hacia dónde va en todo momento.

Errores comunes y soluciones de fluidez

Práctica deficiente (discurso incoherente/abrupto)	**Práctica óptima (discurso fluido y coherente)**	**Función de la transición**
"Ya. Ahora vamos a la diapositiva tres. Esta tiene todos los datos."	"Habiendo cubierto el marco teórico, pasamos a la evidencia empírica. **A continuación**, examinaremos en la diapositiva tres los resultados que corroboran	Conector de orden y propósito (prepara al público para el cambio de tema, relacionándolo con lo anterior).

	nuestra hipótesis."	
"Y ya está. Aquí terminamos el tema. ¿preguntas?"	"Con esto concluye nuestro análisis de la implementación. **Antes de abrir el turno de preguntas**, me gustaría resumir los dos hallazgos principales."	Conector de cierre y resumen (ofrece un cierre formal y una transición suave antes de la interacción).
(lectura literal de las diapositivas)	(uso de las diapositivas como apoyo visual y explicación oral con vocabulario distinto).	Adecuación del canal (la coherencia oral requiere parafrasear y ampliar, no leer textualmente).

La importancia de la sintaxis y el ritmo

Para lograr fluidez en una presentación oral, debes tener en cuenta lo siguiente:

- **Oraciones cortas para ideas clave:** usa frases sencillas y directas para el punto más importante.
- **Pausas estratégicas:** no se trata de hablar rápido, sino de hablar con ritmo. Las pausas después de un conector lógico (por lo tanto, sin embargo) aumentan la claridad.
- **Variación de la voz:** evita la monotonía. El tono y el volumen deben apoyar la estructura (por ejemplo, elevar la voz en la conclusión).

La fluidez no es velocidad, sino el **control consciente** de los elementos rítmicos.

- **Ritmo y cadencia:** La alternancia entre hablar rápido y lento para mantener el interés del oyente.
- **Pausas:** silencios deliberados para generar suspense o para permitir que una idea clave se asiente.
- **Proyección:** la variación del volumen (no gritar, sino llenar el espacio) para indicar la importancia de un segmento del discurso.

La fluidez en una presentación oral se construye a través de las transiciones y el dominio del ritmo, lo que proyecta control sobre el contenido.

Técnica de fluidez oral	**Aplicación práctica**	**Efecto en la audiencia**

Meta-discurso	Usar frases explícitas de estructura: "Para resumir lo dicho...", "Volviendo al punto inicial...", "Esto nos lleva a...".	El público sabe **dónde está** en la estructura del discurso (coherencia estructural).
Respiración y pausa	Tomar una respiración completa antes de una idea clave o después de un conector de contraste (*sin embargo...* [**pausa**], la evidencia...).	Aumenta el impacto y la claridad, evitando la **aceleración por nerviosismo**.
Paráfrasis de diapositivas	Nunca leer textualmente. Reformular el contenido visual con un lenguaje más discursivo y conversacional.	El orador parece experto e involucrado, evitando que la presentación se sienta **redundante**.

Desarrollo

Sofía se encuentra en el punto más delicado de su presentación: debe transicionar del análisis de los **beneficios económicos** a los **desafíos de implementación** sin perder el ritmo ni la autoridad. Un salto abrupto podría hacer que el comité dude de su dominio estructural.

A continuación, se presenta el guion inicial de Sofía. Léelo en voz alta.

Guion deficiente de Sofía (de pros a contras):

> *"Según nuestros datos, el aumento en la productividad en las empresas piloto fue, en promedio, del 18%. Esto valida la teoría de la fatiga reducida. Hemos visto cómo la inversión en capital humano genera este retorno. Ya. Ahora el problema: La resistencia sindical es el principal obstáculo. Ellos argumentan que se podría reducir el salario. Tenemos que analizar esto en la siguiente sección."*

¿Qué frase o palabra hace que la transición entre el beneficio del 18% de productividad y el obstáculo sindical sea incoherente y abrupta? Anótala:

Tras leer varias veces el borrador, Sofía decide introducir varios cambios para mejorarlo, aplicando la teoría aprendida:

*"El análisis del 18% de aumento en productividad, sustentado en la reducción de la fatiga, nos permite **concluir de forma positiva** el segmento de Retorno de la Inversión. Ahora, para que nuestra propuesta sea rigurosa, debemos abordar su viabilidad social. **Sin embargo,** la principal barrera no es económica, sino política: la resistencia sindical es el primer y más serio obstáculo que enfrentaremos. Ellos argumentan que este modelo podría llevar a una reducción de la jornada con disminución salarial, un punto que debemos desmantelar a continuación."*

Ahora debes incluir en el borrador una pausa corta y una pausa larga donde consideres oportuno para que esta versión suene fluida y con ritmo. Marca **P.C.** donde deba estar la pausa corta para asentar una idea y **P.L.** donde deba estar la pausa larga par dar importancia al punto más crítico que se va a presentar.

Actividad

Conocimientos previos

Imagina que Sofía está en su presentación oral comete errores gramaticales comunes de forma repetida, aunque entiendes la idea que está transmitiendo.

¿Cómo crees que afecta la presencia constante de errores gramaticales (aunque el contenido sea correcto) a tu percepción del **rigor intelectual y la profesionalidad** de Sofía?

Sofía necesita presentar el concepto técnico del **"índice de *burnout*"** a un grupo de directivos. Si al hablar, ella "se come" la terminación de las palabras o articula el término clave de forma confusa: ¿qué sensación transmite?

¿Por qué se debe practicar la **vocalización lenta y deliberada** al ensayar terminología técnica?

Sofía lee una frase larga y compleja que contiene varias comas y un punto y coma, pero ignora totalmente estos signos, leyendo todo de corrido sin hacer pausas. ¿Cómo crees que la omisión de las **pausas** correspondientes a la puntuación escrita dificulta la comprensión del mensaje?

APRENDEMOS

3 Tercer objetivo: corrección gramatical y fonética en la comunicación oral.

La *corrección* en el lenguaje oral se divide en dos áreas interdependientes que deben ser dominadas para una comunicación profesional.

- **Pilar gramatical (estructural):** se centra en la sintaxis, la morfología y la elección correcta de las palabras. Un error gramatical denota falta de rigor en la estructura del pensamiento.

- **Pilar fonético (articulatorio):** se centra en cómo se emiten los sonidos. Una fonética deficiente puede hacer que el mensaje sea incomprensible o que el hablante suene menos seguro.

1. Corrección gramatical (la estructura)

En la improvisación y la rapidez del discurso oral, es fácil cometer errores de concordancia o estructura.

Error gramatical común (lo incorrecto)	Corrección (lo correcto)	Principio aplicado
"En base a los datos, la mayoría son positivos."	"Con base en los datos, la mayoría es positiva."	Uso correcto de preposición (*con base en* o *sobre la base de*) y concordancia (el verbo debe concordar con *mayoría*).
"Si hubieran más fondos, podríamos investigar."	"Si hubiera más fondos, podríamos investigar."	Uso correcto del condicional. *Haber* como impersonal se usa en singular (*hubiera*).
"Se realizó el análisis con mi colega y yo."	"Se realizó el análisis con mi colega y conmigo."	Uso correcto de pronombre personal (uso de la preposición *con*).

2. Corrección fonética (la articulación)

Una mala pronunciación o una articulación descuidada pueden dificultar la comprensión, especialmente con la terminología técnica.

Para pronunciar correctamente, debemos aplicar los siguientes principios:

- Pronunciación completa de todas las sílabas (evitar elisión).
- Articulación clara, especialmente en vocabulario técnico.
- No comerse la terminación de las palabras, especialmente la /-d/ final o la /-s/ final.

Consejos de ejecución oral:

- **Vocalización lenta y deliberada:** practicar la presentación ralentizando ligeramente el ritmo para asegurar que cada sonido sea emitido correctamente.
- **Registro de voz:** usar el diafragma para proyectar la voz con autoridad, manteniendo un tono constante y formal.

- **Puntuación oral:** los signos de puntuación escritos (comas, puntos) deben ser traducidos en el discurso como pausas y variaciones de entonación. Esto no solo ayuda a la corrección gramatical, sino también a la fluidez.

La corrección oral es una disciplina que requiere práctica deliberada, especialmente en la pronunciación de términos técnicos y estructuras complejas.

A continuación, se presentan dos técnicas para su práctica:

Técnica de control	Descripción	Objetivo del ejercicio
Práctica de trabalenguas	Ejercicios centrados en la articulación de grupos consonánticos difíciles (*trans-, subs-, obs-*).	Fortalecer los músculos de la boca y la lengua para una **dicción clara y rápida**.
Escucha y replicación	Escuchar a oradores expertos (académicos, políticos) y replicar su entonación y su uso de las pausas.	Internalizar el **ritmo profesional** y la modulación vocal de un discurso formal.

La práctica constante **fortalece los músculos orales** para la dicción rápida.

Desarrollo

Sofía está realizando un ensayo rápido de su presentación, y en la velocidad, comete errores comunes de estructura gramatical y dicción (fonética).

Identifica el error en las frases de Sofía, clasifícalo como **gramatical (G)** o **fonético (F)**, y aplica el principio de corrección para reescribir la frase correctamente.

Frase de Sofía (con error)	Tipo de error (G / F)	Principio de corrección aplicado	Reescritura correcta de la frase
1. *"Si* ***hubieran*** *más datos, podríamos* ***determinar*** *mejor el impacto."*	**G**	Haber impersonal siempre en singular.	
2. *"Se analizó el proyecto con* ***mi colega***	**G**	Uso correcto del pronombre personal después de la	

***y yo**."*		preposición *con*.	
***3.** "El impacto del **ausentismo** en la **productivá** ha sido **grande**."*	**F**	Pronunciación completa de las sílabas (evitar elisión) y no "comerse" la terminación /-d/.	
***4.** "**En base a** los resultados, la mayoría **son positivos**."*	**G**	Uso correcto de la preposición (*con base en*) y concordancia correcta (el verbo debe concordar con "mayoría").	
***5.** "La **concluyó** es que debemos seguir con el estudio."*	**F**	Articulación clara y completa de todas las sílabas, evitando la simplificación del léxico.	
6. "La propuesta que voy a **presentárselas** es muy innovadora."	**G**	Uso correcto del pronombre átono (*se la voy a presentar*) o evitar el infinitivo con el clítico (gramaticalmente forzado).	
7. "El **anális** de la **transición** es lo más complejo."	**F**	Pronunciación completa de grupos consonánticos difíciles (trans-, -sis), que requieren ejercitación de articulación (ej. trabalenguas).	

7. Alineación del discurso con la intención

Objetivos de aprendizaje

1 Primer objetivo: turno de palabra y escucha activa.

2 Segundo objetivo: adecuación al contexto y al interlocutor.

3 Tercer objetivo: la intención comunicativa

Actividad

“La misión de Sofía: convencer al jurado en el debate para conseguir la beca”.

El éxito de Sofía en el jurado académico se medirá no solo por el qué dice (el conocimiento sobre la propuesta), sino por el cómo lo dice. La comunicación efectiva exige que cada elemento del discurso esté al servicio de la Intención comunicativa previamente definida.

Conocimientos previos

Sofía quiere saber cómo reaccionar cuando un oponente te presenta una estadística que contradice tus datos.

Según tu experiencia y lo que se ha trabajado en secciones anteriores, ¿cuál de estas reacciones sería más correcta y por qué?

1. **Reacción 1:** Interrumpes rápidamente y dices: "No, eso no es correcto. Nuestra cifra demuestra lo contrario, y usted está usando datos desactualizados."
2. **Reacción 2:** Asientes levemente, mantienes el contacto visual y luego respondes: "Comprendo el punto que presenta sobre el **incremento del 10%** en costes. Sin embargo, si revisamos la fuente oficial posterior, vemos que..."

Respuesta:

Ahora Sofía quiere saber cómo controlar la gestión no-verbal del turno de palabra.

Piensa en tus propias experiencias. Imagina que estás contando una historia o explicando tu opinión. De repente, la otra persona te interrumpe abruptamente para corregirte un detalle o para imponer su propia idea. ¿Cómo afecta a tu confianza y a tu motivación para seguir hablando el ser interrumpido?

Estás en una discusión con un amigo o familiar. Antes de responder a tu punto, la otra persona dice: "*A ver si te he entendido bien... tu preocupación es [tu idea]... ¿es correcto?".* ¿Cómo te hace sentir este gesto de repetir y confirmar lo que tú has dicho antes de contestarte?

¿Crees que este gesto ayuda a reducir la tensión o el enojo en una conversación difícil?

Cuando alguien te está hablando, ¿cómo usas tu cuerpo para demostrar que estás prestando atención de verdad? Escribe, al menos, dos ejemplos.

APRENDEMOS

1 Primer objetivo: turno de palabra y escucha activa.

En la interacción oral (como el turno de preguntas y respuestas que seguirá a la presentación de Sofía), la capacidad de gestionar el diálogo demuestra respeto y control.

En el contexto profesional, la comunicación no es lineal (emisor -> receptor), sino **transaccional** (ambas partes son emisores y receptores a la vez). La e*scucha activa* es la prueba de que el receptor está procesando el mensaje y preparándose para responder, lo cual valida la transacción y reduce el conflicto.

La gestión del turno de palabra durante una Q&A (Preguntas y respuestas) debe seguir un marco de tres pasos:

Paso	Intención	Ejemplos
1. Recepción	Validar la pregunta y ganar tiempo para estructurar la respuesta.	"Excelente cuestión sobre la logística..."
2. Respuesta directa	Enunciar la idea principal inmediatamente.	"La clave reside en la calendarización de tareas."
3. Desarrollo y evidencia	Ampliar con los datos o argumentos de soporte, y luego devolver el turno.	"Esto se fundamenta en la tabla 2, donde la carga de trabajo es manejable..."

En una interacción oral estructurada como el jurado o el debate, el manejo del **turno de palabra** es crucial. Demuestra madurez, respeto por el proceso y control emocional.

El flujo del diálogo está controlado por señales sutiles:

- **Cesión de turno (terminar):** se deben conocer los indicadores claros para señalar que su intervención ha terminado.
    - **Verbal:** frases de cierre ("para finalizar, mi postura es...", eEn conclusión...").
    - **No-verbal:** contacto visual con el siguiente interlocutor o asentimiento sutil hacia el presidente del jurado, y un descenso del tono vocal.

- **Petición de turno (comenzar):** si necesitas intervenir, debes esperar el momento de cesión.

    - **No-verbal:** mantener el contacto visual con el presidente o el orador y una postura de "cuerpo en escucha" (ligeramente inclinado hacia adelante).
    - **Interrupción:** solo es aceptable en caso de aclaración urgente o si el tiempo lo permite y debe ser siempre cortés ("Con su permiso, una breve aclaración sobre ese dato...").

La **escucha activa** va más allá de oír; es el esfuerzo consciente por comprender, retener y responder al mensaje del otro.

1. **Refuerzo y paráfrasis:** repetir brevemente lo que el interlocutor ha dicho antes de refutarlo o complementarlo ("Si le he entendido bien, su principal preocupación es el coste de implementación..."). Esto demuestra comprensión, empatía y desarma posibles malentendidos.
2. **Lenguaje no-verbal:** mantener contacto visual, asentir ligeramente y usar una postura corporal abierta. Esto proyecta confianza y respeto, elementos cruciales para ganarse al jurado.
3. **Evitar prejuicios:** centrarse solo en el contenido del mensaje, no en la persona. Esto es vital en debates complejos.

Desarrollo

Imagina que Sofía está conversando con una compañera de clase durante un descanso y están hablando sobre la tarea previa que tiene que realizar para conseguir la beca.

Sofía le dice a su compañera: *"Estoy muy frustrada con este nuevo proyecto. Me asignaron la mitad del trabajo de Roberto además de mis propias tareas, y el plazo de entrega es imposible. Sinceramente, creo que mi profesor no tiene idea de la cantidad de cosas que tengo que hacer. Llevo tres noches durmiendo solo cinco horas."*

A continuación, se presentan tres posibles respuestas que puede proporcionarle su compañera:

A) "Mira, lo que tienes que hacer es hablar directamente con tu profesor y decirle que no puedes asumir más carga. Yo hice eso el mes pasado y me funcionó. Tienes que poner límites y ser firme."

B) *"Entiendo que te sientas completamente sobrecargada y frustrada al tener que absorber el trabajo extra con un plazo tan ajustado. ¿Qué opciones has considerado para reorganizar tus prioridades o qué crees que necesitarías delegar para aliviar esa* presión?"

C) "A mí me pasó algo similar la semana pasada. Me tocó quedarme hasta muy tarde para terminar una presentación, pero al final la terminé y fue un éxito. Tómate las cosas con calma, seguro que puedes con todo."

1. **Identifica la mejor respuesta:** ¿cuál de las opciones (A, B o C) demuestra una **escucha activa**? Justifica tu elección.

Respuesta:

2. **Validación/paráfrasis:** ¿qué palabras utilizó para demostrar que entendió la emoción y el contenido del mensaje de Sofía?

Respuesta:

Actividad

Para convencer al jurado, Sofía sabe que tiene que prepararse para debatir. Ella defenderá la implementación de la jornada laboral de 4 días, argumentando que mejora la productividad y el bienestar.

Conocimientos previos

Imagina que estás en una presentación importante y el orador no para de mover los pies, de jugar con un bolígrafo o de meter las manos en los bolsillos. ¿Crees que estos gestos distraen tu atención del mensaje del orador?

¿Qué información te transmiten estos geestos sobre el estado al orador?

Imagina que otro orador está hablando con los brazos cruzados. ¿Qué sensación te transmite a ti como público?

Cuando alguien quiere sonar seguro y con autoridad, ¿qué crees que debe hacer con el volumen de su voz: hablar con un volumen alto o bajo?

¿A qué velocidad crees que debe hablar: rápido o lento?

El orador está hablando de un tema muy interesante, pero usa muchas palabras muy técnicas o poco comunes que la mayoría de la audiencia no entiende. ¿Qué sensación te genera que alguien use un lenguaje **demasiado complicado** en lugar de palabras sencillas?

APRENDEMOS

2 Segundo objetivo: adecuación al contexto y al interlocutor.

La **adecuación** es la correcta elección de las variables externas de la voz y el lenguaje. Estos elementos deben modificarse según quién sea el interlocutor (profesores, compañeros, padres, clientes) y el contexto (formal, distendido).

La adecuación no es solo lingüística, sino también **no-verbal**.

- **Kinésica (gestos):** en un contexto formal, los gestos deben ser moderados y apoyar, no distraer (evitar manos en los bolsillos o cruce de brazos). En un contexto informal, se permite mayor expresividad.
- **Proxémica (distancia):** la distancia física y la postura deben ser adecuadas al registro. Una postura erguida y una distancia formal proyectan respeto en una presentación académica.

A continuación, se presenta el uso de las diferentes variables que se deben modular para adecuar tu expresión no verbal a contextos formales e informales:

Variable	Contexto formal (ej. presentación académica)	Contexto informal (ej. charla con un amigo)	Lo que transmite
Tono	Serio, profesional, mesurado.	Relajado, entusiasta, emocional.	Credibilidad vs. cercanía
Velocidad	Moderada, con pausas marcadas después de ideas principales.	Rápida, fluida.	Claridad vs. dinamismo
Volumen	Proyectado, audible en todo el espacio, pero no gritado.	Ajustado a la distancia del interlocutor.	Autoridad vs. confianza
Registro	Técnico, preciso, impersonal.	Coloquial, uso de jerga.	Rigor vs. familiaridad

El *code-switching* o **switching de registro** es la habilidad de cambiar conscientemente entre registros formal e informal. Esta habilidad es crucial en la comunicación profesional moderna, donde se puede pasar de una reunión con el director (formal) a un email de seguimiento a un colega (estándar/informal).

- **Adecuación al interlocutor:** un error común es usar léxico muy técnico con una audiencia no especializada, lo que se percibe como pedantería, no como autoridad.
- **La regla de oro:** siempre es mejor equivocarse hacia el lado **formal/respetuoso** que hacia el lado **informal/excesivamente familiar**.

Desarrollo

Reflexiona...

Escenario: Sofía está en la parte más tensa del debate de la Jornada Laboral de 4 Días. Uno de los oponentes ha lanzado una pregunta muy agresiva y desafiante sobre la viabilidad del proyecto, y la presión es alta.

Justo en ese momento, Sofía mira a una amiga personal y que también está en el panel, y esta le hace un gesto de ánimo muy sutil y privado (un asentimiento o una pequeña sonrisa cómplice).

Según la teoría, la "regla de oro" es siempre equivocarse hacia el lado formal/respetuoso.

Si Sofía se siente tentada a usar el code-switching momentáneo para proyectar cercanía y aliviar su propio nerviosismo (por ejemplo, devolviéndole a su amiga una sonrisa más amplia o usando una expresión más coloquial), ¿cuál es el riesgo principal que corre al abandonar el tono serio/mesurado y el registro técnico en ese instante, y cómo podría ese riesgo impactar la percepción de autoridad que tiene el resto del panel escéptico sobre su propuesta?

Respuesta:

Actividad

Conocimientos previos

Sofía tiene que hablar con el jurado. Puede decir: "*El ausentismo subió un 15%* (un dato oficial)", o puede decir: "*Yo creo que el ausentismo subió porque la gente está estresada* (su idea)".

¿Cuál crees que es la opción más acertada para presentar información? ¿Por qué?

Sofía está al final de su presentación y dice: "*Quizás estaría bien si hacemos algo con el horario*". ¿Crees que ha solicitado algo de manera directa? ¿Está claro lo que Sofía está solicitando?

APRENDEMOS

3 Tercer objetivo: la intención comunicativa

Cada intención comunicativa se apoya en un conjunto de **verbos rectores** que deben dominar el discurso.

Intención	Verbos rectores típicos	Estructura clave
Persuadir	*Recomendar, sugerir, probar, sustentar, concluir*	Uso de estructuras causales/consecutivas: "puesto que X, se infiere Y."
Informar	*Detallar, presentar, explicar, enumerar, describir*	Uso de listas y marcadores de orden: "en primer lugar, los datos son..."
Pedir/solicitar	*Solicitar, requerir, comprometerse, acordar*	Uso de fórmulas corteses y condicionales: "sería de gran ayuda si..."
Opinar	*Considerar, creer, fundamentar, interpretar*	Declaración de la posición personal seguida de evidencia: "considero que P, ya que Q."

Desarrollo

Responde a las siguientes preguntas con una de las siguientes opciones: opinar, informar, pedir o persuadir.

1. Durante el debate, el oponente de Sofía plantea una objeción que ella no comprende del todo. Sofía pregunta: al decir: "*¿Podría especificar a qué sector se refiere al mencionar 'pérdida de competitividad'?*" ¿Cuál es la intención comunicativa de Sofía? ¿Qué palabras te hacen pensar eso?

Respuesta:

2. Sofía prepara un eslogan para una campaña en redes sociales que busca el apoyo del público a su propuesta. El mensaje dice*: "Menos horas, más vida. ¡Súmate al futuro del trabajo!".* ¿Cuál es la intención comunicativa dominante aquí? ¿Qué palabras te hacen pensar eso?

Respuesta:

3. Al resumir su propuesta, Sofía afirma: *"En mi opinión, la transición hacia la semana laboral de 4 días representa la mayor oportunidad para rehumanizar el entorno laboral de esta generación*." ¿Cuál es la intención comunicativa que prima en esta frase? ¿Qué palabras te hacen pensar eso?

Respuesta:

4. Sofía concluye su debate diciendo: *"Por lo tanto, solicito al honorable jurado que considere el impacto a largo plazo en la salud mental de los trabajadores, más allá de la métrica de costes a corto plazo."* ¿Cuál es la intención comunicativa principal de esta declaración final? ¿Qué palabras te hacen pensar eso?

Respuesta:

Moraleja final

La comunicación eficaz no es accidental, es intencional. Desde la búsqueda inicial de la fuente hasta la articulación fonética, cada elección lingüística es una herramienta. El dominio de la Intención Comunicativa es el acto de saber cómo, cuándo y por qué utilizar cada herramienta. El verdadero superpoder no es solo saber cosas, sino conseguir que otros entiendan, respeten y actúen conforme a tu mensaje. **La voz de la razón es siempre la voz de la intención.**

Autoevaluación.

Actividad 1. Los mensajes escritos: tipos de mensajes escritos y su intención comunicativa.

Objetivo

Diferenciar y analizar mensajes escritos, identificando su clase, género, estructura, registro, intención y tono según el contexto comunicativo.

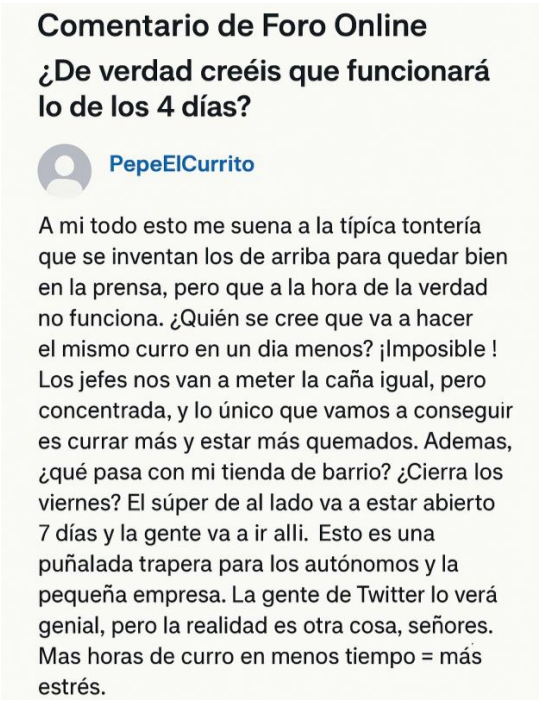
Conocimientos básicos

- En el ámbito de la comunicación escrita, ¿cuál es la intención principal (el qué busca el emisor) de un género textual como el "artículo de opinión"? Contrasta esta intención con la de un comentario de foro online", y explica cómo el público al que se dirigen influye directamente en la elección del tono y la estructura de cada mensaje.

Respuesta:

Actividad

A continuación, se presentan dos textos breves que abordan la misma temática ("La semana laboral de 4 días"), pero en contextos y formatos de comunicación diferentes.



Comentario de Foro Online

¿De verdad creéis que funcionará lo de los 4 días?

PepeElCurrito

A mi todo esto me suena a la típica tontería que se inventan los de arriba para quedar bien en la prensa, pero que a la hora de la verdad no funciona. ¿Quién se cree que va a hacer el mismo curro en un dia menos? ¡Imposible ! Los jefes nos van a meter la caña igual, pero concentrada, y lo único que vamos a conseguir es currar más y estar más quemados. Ademas, ¿qué pasa con mi tienda de barrio? ¿Cierra los viernes? El súper de al lado va a estar abierto 7 días y la gente va a ir alli. Esto es una puñalada trapera para los autónomos y la pequeña empresa. La gente de Twitter lo verá genial, pero la realidad es otra cosa, señores. Mas horas de curro en menos tiempo = más estrés.

La productividad no es una cuestión de horas, sino de estructura

La propuesta dé reducir la jornada a cuatro días laborales no debe ser vista con recelo, sino como un imperativo económico y social que el siglo XXI exige. Los estudios piloto internacionales demuestran, con evidencia irrefutable, que la concentración de tareas y la mayor motivación del empleado compensan con creces la reducción horaria.
Este ajuste estructural optimiza los procesós internos y disminuye drásticamente el burnout y el absentismo, elevando el margen de anto valor añadido.

Adoptar la jornada de cuatro días no es un coste, sino una inversión de retorno garantizádo, especialmente en sectores de alto valor anadido. Negarse a esta evolución es mantener una postura anacrónica, propia de modelós productivos obsoletos que, sencimlamente, ya no son comitivos en la economia globalizada actual.

Completa la siguiente tabla comparativa para analizar las características lingüísticas, estructurales y contextuales de los textos A y B.

Característica a analizar	**Texto A: artículo de opinión**	**Texto B: comentario de foro online**
Clase de mensaje (intención)	¿cuál es la intención principal? (ej.: Informar, persuadir, solicitar...)	¿cuál es la intención principal? (ej.: Informar, persuadir, desahogarse...)
Género del mensaje	¿qué tipo de texto es? (ej.: noticia, reseña, ensayo, carta,...)	¿qué tipo de texto es? (ej.: chat, nota, foro, red social,...)
Contexto de producción	¿dónde se publica y quién es el lector ideal?	¿dónde se publica y quién es el lector ideal?
Registro lingüístico	¿es formal, informal, o técnico? Señala 2 ejemplos.	¿es formal, informal, o técnico? Señala 2 ejemplos.
Estructura y	¿cómo se organiza el párrafo? (tesis al inicio,	¿cómo se organiza el párrafo? (opinión inmediata, flujo de

organización	desarrollo argumental...)	ideas...)
Tono y estilo	Describe el tono (ej.: Objetivo, serio, didáctico,...) y el estilo.	Describe el tono (ej.: Emocional, crítico, desenfadado,...) y el estilo.

Actividad 2. La adaptación lingüística en la comunicación oral.

Objetivo

Analizar la estrategia argumentativa y la adecuación del discurso en mensajes orales.

Conocimientos básicos

- En la argumentación, el Logos es el modo de persuasión que apela a la razón y a la evidencia. ¿qué tipos de datos o información (mencione dos ejemplos) debe incluir un orador para reforzar su argumento con logos, y por qué este modo es crucial al dirigirse a un público altamente escéptico o técnico (como el empresarial)?

Respuesta:

-En comunicación, el "registro" se refiere al modo de hablar o escribir adaptado al contexto. Si una persona usa un registro técnico, ¿qué tipo de vocabulario dominará en su discurso (jerga especializada, expresiones coloquiales o lenguaje emocional)? Mencione un ejemplo de vocabulario técnico que se esperaría en un debate sobre economía y bienestar.

Respuesta:

Instrucciones: Lee con atención la entrevista radial entre Clara y el Dr. Vidal. Identifica el registro, el contexto y los elementos persuasivos utilizados por el Dr. Vidal para defender la jornada laboral de cuatro días.

Transcripción de Audio: "Economía y Bienestar"

Contexto: Segmento de análisis en un programa matutino de noticias de negocios.

Duración aproximada: 2 minutos 30 segundos

Participantes:

Clara: Periodista y moderadora. (registro profesional, neutro).

Dr. Vidal: Sociólogo del trabajo. (registro experto, persuasivo).

Clara: Muy buenas tardes, Dr. Vidal. Es un placer tenerlo aquí para hablar sobre la jornada laboral de cuatro días. El escepticismo empresarial es alto; muchos lo ven como un lujo inasumible. ¿Cómo refuta usted esa noción?

Dr. Vidal: Gracias, Clara. Me gustaría empezar por el Ethos: no hablamos de un sueño utópico, sino de ciencia laboral . Estudios de nuestra facultad, respaldados por pruebas piloto en España y Reino Unido, demuestran que el factor clave no es el número de horas, sino la calidad del foco. Al dar ese día extra de descanso, reducimos dramáticamente el estrés crónico y el presentismo.

Clara: Pero, doctor, el empresariado pregunta: ¿Qué pasa con la productividad? ¿Cómo se logra hacer el trabajo de cinco días en cuatro sin quemar al empleado?

Dr. Vidal: Esa es la pregunta Logos clave. La realidad es que en una jornada de 40 horas, la eficiencia real oscila entre el 60 y el 70%. El quinto día suele ser tiempo muerto. Al comprimir, obligamos a los equipos a optimizar procesos, a tener reuniones más cortas y a eliminar distracciones. Hemos registrado una mejora del 15% al 20% en la efectividad por hora . La inversión inicial en logística se compensa rápidamente por la reducción de errores y la bajísima tasa de rotación de personal.

Clara: Es decir, el ahorro en costes de contratación y formación compensa el supuesto aumento del coste laboral.

Dr. Vidal: Exactamente. Pero el argumento más poderoso es el Pathos, la lealtad y el bienestar. Una empresa que ofrece una vida más plena a sus empleados atrae, y sobre todo, retiene al mejor talento. Se convierte en un "empleador de elección". En la guerra por el talento, la jornada de cuatro días es el arma de reclutamiento definitiva.

Clara: Dr. Vidal, un mensaje potente para cerrar.

Dr. Vidal: A los líderes empresariales: no miren esto como un gasto, mírenlo como la inversión estratégica más rentable de la próxima década. El futuro del trabajo no es trabajar más, sino vivir mejor y, por ende, producir de forma más inteligente.

Clara: Dr. Vidal, muchísimas gracias por su perspectiva experta. Volveremos con más.

Parte I: Contexto y registro

1. **Contexto (audiencia):** ¿a qué tipo de audiencia va dirigido principalmente este discurso (ej. público general, expertos en RR.HH., inversores)? Justifica tu respuesta con el vocabulario utilizado.

Respuesta:

2. **Registro (Dr. Vidal):** ¿el registro del Dr. Vidal es informal, profesional, o técnico? ¿Qué palabras específicas (ej. sustantivos o adjetivos) confirman este registro?

Respuesta:

Parte II: Elementos persuasivos (Logos, Pathos, Ethos)

Identifica en el discurso del Dr. Vidal la presencia de las tres formas de persuasión, utilizando citas textuales de la transcripción para ejemplificar.

Tipo de persuasión	Cita textual de la entrevista	Análisis y objetivo
Logos (Lógica/datos)		¿Qué dato se usa? ¿Busca justificar el coste o la eficiencia?
Pathos (Emoción/valores)		¿A qué valor o emoción apela? (Ej. miedo a la enfermedad, deseo de una vida plena).
Ethos (Credibilidad/autoridad)		¿Cómo se presenta el orador para que le creamos? ¿Qué título o fuente menciona?

Parte III: Estrategia de refutación

1. Identificación **de la objeción:** ¿Cuál es la principal objeción o pregunta que la periodista, Clara, plantea desde la perspectiva empresarial?

Respuesta:

Mecanismo de refutación: ¿Cómo responde el Dr. Vidal a esa objeción? ¿Utiliza un argumento directo, o cambia el marco (ej. pasa de hablar de costes a hablar de inversión/beneficio)?

Respuesta:

Actividad 3. El texto escrito según el contexto social o académico.

Objetivo

Comprender y aplicar los principios de la intención comunicativa y la adecuación al redactar un texto argumentativo formal, utilizando la habilidad de autoevaluación para revisar y corregir su propio escrito, asegurando la coherencia temática, el uso correcto de conectores (cohesión), y la corrección gramatical, ortográfica y de puntuación.

Conocimientos básicos

- ¿Cuál es la principal diferencia entre la coherencia de un texto (sentido global) y la cohesión (unión de sus partes)?

Respuesta:

- ¿Por qué es fundamental la adecuación (es decir, adaptar el estilo y registro al contexto) para lograr la intención comunicativa de un texto?

Respuesta:

Actividad

Redacta un un artículo de opinión de 200 a 250 palabras sobre el tema: **"La semana laboral de 4 días: implicaciones para la productividad y el bienestar social."**

Contexto y registro: estás redactando un artículo de opinión para una revista especializada en recursos humanos o economía. Debes mantener un **registro formal y profesional**.

Intención comunicativa: Persuadir al lector de que tu postura sobre el tema es la más viable para el futuro del mercado laboral.

Una vez finalizado tu borrador, realiza las siguientes acciones de revisión utilizando la tabla a continuación:

- **Paso 1 (adecuación y coherencia):** lee el texto para verificar si tu tesis y argumentos son claros y si el registro es formal.
- **Paso 2 (cohesión):** lee el texto centrándote solo en los conectores y la transición de las ideas.
- **Paso 3 (corrección):** lee el texto una última vez solo para revisar errores de ortografía, gramática y puntuación.
- **Paso 4 (verificación):** marca 'Sí' o 'No' en la lista, haciendo las correcciones necesarias antes de marcar 'Sí' en cada punto.

Criterio clave	**Pregunta de revisión (sí/no)**	**Elemento evaluado**
Adecuación al contexto y registro		**Adapta el estilo y el registro del lenguaje**
1. ¿He mantenido un **registro formal** y profesional, adecuado para una revista especializada?	[ ] sí / [ ] no	
2. ¿La elección de palabras (vocabulario) es precisa y el tono es objetivo?	[ ] sí / [ ] no	
Coherencia y organización		**Organiza ideas de**

		manera clara y lógica / mantiene coherencia temática
3. ¿El texto tiene una estructura clara (introducción, desarrollo de argumentos, conclusión)?	[ ] sí / [ ] no	
4. ¿La tesis es clara y se mantiene la **coherencia temática** a lo largo de todo el texto?	[ ] sí / [ ] no	
5. ¿He evitado la información redundante o la repetición innecesaria de ideas ya expresadas?	[ ] sí / [ ] no	
Cohesión y fluidez		**Aplica conectores / expresa ideas con fluidez y claridad**
6. ¿He utilizado **conectores** variados (*además, por consiguiente, no obstante*) para unir frases y párrafos, mejorando la transición?	[ ] sí / [ ] no	
7. ¿El texto se lee con **fluidez**? (¿se siente natural, sin tropiezos sintácticos?)	[ ] sí / [ ] no	
Corrección		**Emplea normas gramaticales, ortográficas y de puntuación**
8. ¿El uso de la **puntuación** (comas, puntos, punto y coma) es correcto y ayuda a clarificar el sentido?	[ ] sí / [ ] no	
9. ¿He revisado la **ortografía** (incluyendo tildes) y la **gramática** (concordancias, conjugaciones) del texto?	[ ] sí / [ ] no	

10. **Revisión final:** ¿he revisado y corregido el texto completamente para mejorar su **claridad, cohesión y corrección**?	[ ] sí / [ ] no	

Actividad 4. La situación comunicativa: contexto y oralidad.

Objetivo

Defender una postura argumentativa de manera fluida y persuasiva a**plicando la adecuación, coherencia y corrección** en un contexto de expresión hablada.

Conocimientos básicos

- Cuando estás defendiendo una postura en un contexto formal (como un debate o una presentación), ¿qué elementos del lenguaje no verbal (tono, velocidad, volumen, gestos) son más importantes para generar credibilidad en tu audiencia?

- En el discurso oral, ¿qué herramienta fundamental de la cohesión escrita utilizas para asegurar que tu argumento sea coherente y que el oyente pueda seguir la secuencia de tus ideas sin perderse?

1. **Contexto:** Imagina que estás participando en un panel de expertos o en una reunión de dirección, donde debes presentar y defender tu postura sobre el tema de la **semana laboral de 4 días** (basado en el texto argumentativo que redactaste en la actividad previa).
2. **Formato:** Graba un **audio o video** que tenga una duración de **2 a 3 minutos** exactos.
3. **Contenido:**

- Inicia con una **introducción persuasiva** que presente claramente tu tesis.
- Desarrolla tus **dos argumentos principales** de manera coherente y fluida.
- Concluye con un **llamado a la acción o una síntesis impactante**.

4. **Enfoque:** tu principal objetivo es la **fluidez argumentativa** y la **corrección técnica** del discurso oral.

B. Proceso de autoevaluación

Después de grabar y escuchar tu intervención, utiliza la siguiente lista de verificación. Sé honesto en tu valoración. Si marcas 'No' en algún punto, reflexiona sobre cómo puedes mejorar ese aspecto en futuras interacciones y anota una breve acción correctiva.

Criterio clave	Pregunta de revisión (Sí/No)	Plan de mejora (Si la respuesta es 'No')
Fluidez e interacción	**Inicia y mantiene conversaciones de manera fluida.**	
1. ¿La exposición fluyó sin pausas excesivas o repeticiones de palabras ("Eh...", "Este...") que interrumpieran el ritmo?	[ ] Sí / [ ] No	
2. Si fuera una conversación, ¿mi respuesta demuestra que escuché activamente y respondí de manera adecuada a mi interlocutor? (aplica si se grabó como respuesta a un *prompt*).	[ ] Sí / [ ] No	
Coherencia y estructura	**Organiza las ideas de forma coherente durante la interacción.**	
3. ¿El discurso tuvo una estructura lógica (introducción, desarrollo, conclusión) marcada por conectores orales?	[ ] Sí / [ ] No	
4. ¿Me mantuve centrado en el tema principal sin divagar en ideas secundarias	[ ] Sí / [ ] No	

irrelevantes?		
Corrección y adecuación	**Utiliza vocabulario y estructuras gramaticales correctas y adecuadas.**	
5. ¿Utilicé un **vocabulario rico y preciso**, apropiado para un contexto académico/profesional?	[ ] Sí / [ ] No	
6. ¿Las estructuras gramaticales y las conjugaciones verbales fueron correctas y no se cometieron errores sintácticos?	[ ] Sí / [ ] No	
Elementos no verbales	**Ajusta el tono, la velocidad y el volumen de la voz según la situación.**	
7. ¿El **volumen y el tono** de mi voz fueron adecuados para persuadir, mostrando seguridad y seriedad?	[ ] Sí / [ ] No	
8. ¿Ajusté la **velocidad** de mi discurso para enfatizar puntos clave y dar tiempo al oyente para procesar la información?	[ ] Sí / [ ] No	
9. ¿Mostré **interés y participación** constante, con energía y entusiasmo en mi voz?	[ ] Sí / [ ] No	

9. Solucionario autoevaluación

Actividad 1. Los mensajes escritos: tipos de mensajes escritos y su intención comunicativa.

Objetivo
Diferenciar y analizar mensajes escritos, identificando su clase, género, estructura, registro, intención y tono según el contexto comunicativo.

Conocimientos básicos

- En el ámbito de la comunicación escrita, ¿cuál es la intención principal (el qué busca el emisor) de un género textual como el "artículo de opinión"? Contrasta esta intención con la de un comentario de foro online", y explica cómo el público al que se dirigen influye directamente en la elección del tono y la estructura de cada mensaje.

Respuesta: *La intención principal del artículo de opinión es persuadir o argumentar una tesis con el fin de influir en una audiencia amplia e informada. La intención del comentario de foro es, a menudo, expresar una crítica, desahogarse, o iniciar una conversación inmediata con una comunidad específica (pares). El público formal exige una estructura lógica y un tono serio, mientras que el público de foro permite un tono emocional y una estructura más espontánea o inmediata.*

Actividad

A continuación, se presentan dos textos breves que abordan la misma temática ("La semana laboral de 4 días"), pero en contextos y formatos de comunicación diferentes.

Comentario de Foro Online

¿De verdad creéis que funcionará lo de los 4 días?

PepeElCurrito

A mi todo esto me suena a la típica tontería que se inventan los de arriba para quedar bien en la prensa, pero que a la hora de la verdad no funciona. ¿Quién se cree que va a hacer el mismo curro en un dia menos? ¡Imposible ! Los jefes nos van a meter la caña igual, pero concentrada, y lo único que vamos a conseguir es currar más y estar más quemados. Ademas, ¿qué pasa con mi tienda de barrio? ¿Cierra los viernes? El súper de al lado va a estar abierto 7 días y la gente va a ir alli. Esto es una puñalada trapera para los autónomos y la pequeña empresa. La gente de Twitter lo verá genial, pero la realidad es otra cosa, señores. Mas horas de curro en menos tiempo = más estrés.

La productividad no es una cuestión de horas, sino de estructura

La propuesta dé reducir la jornada a cuatro días laborales no debe ser vista con recelo, sino como un imperativo económico y social que el siglo XXI exige. Los estudios piloto internacionales demuestran, con evidencia irrefutable, que la concentración de tareas y la mayor motivación del empleado compensan con creces la reducción horaria. Este ajuste estructural optimiza los procesós internos y disminuye drásticamente el burnout y el absentismo, elevando el margen de anto valor añadido.

Adoptar la jornada de cuatro días no es un coste, sino una inversión de retorno garantizádo, especialmente en sectores de alto valor anadido. Negarse a esta evolución es mantener una postura anacrónica, propia de modelós productivos obsoletos que, sencimlamente, ya no son comitivos en la economia globalizada actual.

Completa la siguiente tabla comparativa para analizar las características lingüísticas, estructurales y contextuales de los textos A y B.

Característica a analizar	Texto a: Artículo de opinión	Texto b: Comentario de foro online
Clase de mensaje (intención)	***Persuadir y argumentar.*** *Busca convencer al lector de la validez de una postura económica y social.*	***Criticar, opinar, y expresar descontento (Pathos).*** *Busca desahogarse, generar debate y contrastar la "teoría" Con la "realidad" laboral.*
Género del mensaje	***Artículo de opinión/columna:*** *texto periodístico-argumentativo que refleja la postura de un autor experto o editor.*	***Comentario de foro/red social:*** *intervención breve, informal y reactiva en un hilo de discusión digital.*
Contexto de producción	*Publicado en un* ***diario económico/medio de prestigio****. Lector ideal: Empresarios, analistas, responsables de RR.HH. Y público interesado en la economía.*	*Publicado en un* ***foro o comunidad online*** *(posiblemente de ámbito laboral). Lector ideal: otros trabajadores, compañeros, personas con experiencia directa ("curritos").*
Registro lingüístico	***Formal y técnico. Ejemplos:*** *"evidencia irrefutable", "optimización estructural", "bottom line", "Postura anacrónica".*	***Informal y coloquial. Ejemplos:*** *"típica tontería", "metido la caña", "curro", "puñalada trapera", "señores" (en tono de camaradería).*
Estructura y organización	***Estructura clara y jerárquica:*** *Tesis al inicio (no recelo), desarrollo argumental con mención a estudios/datos, y conclusión que descalifica la postura contraria. Párrafo único y bien cohesionado.*	***Organización espontánea y reactiva:*** *Empieza con una opinión inmediata y emocional, saltando de la crítica a la gran empresa a la preocupación por la pequeña empresa/autónomos, y finaliza con una síntesis personal.*
Tono y estilo	***Tono serio, didáctico y confiado.*** *Estilo elaborado, sintaxis compleja*	***Tono emocional, crítico y desenfadado.*** *Estilo espontáneo, directo, con uso de*

	(subordinación), uso de tecnicismos para establecer autoridad y credibilidad.	*mayúsculas para énfasis (¡imposible!), y preguntas retóricas que buscan la complicidad del lector.*

Actividad 2. La adaptación lingüística en la comunicación oral.

Objetivo

Analizar la estrategia argumentativa y la adecuación del discurso en mensajes orales.

Conocimientos básicos

- En la argumentación, el Logos es el modo de persuasión que apela a la razón y a la evidencia. ¿qué tipos de datos o información (mencione dos ejemplos) debe incluir un orador para reforzar su argumento con Logos, y por qué este modo es crucial al dirigirse a un público altamente escéptico o técnico (como el empresarial)?

Respuesta: *Porque el público empresarial valora los datos concretos (Logos) y el análisis de costes/beneficios. Un registro técnico proyecta Ethos (autoridad y conocimiento especializado) en su propio campo de interés.)*

-En comunicación, el "registro" se refiere al modo de hablar o escribir adaptado al contexto. Si una persona usa un registro técnico, ¿qué tipo de vocabulario dominará en su discurso (jerga especializada, expresiones coloquiales o lenguaje emocional)? Mencione un ejemplo de vocabulario técnico que se esperaría en un debate sobre economía y bienestar.

Respuesta: *Busca satisfacer los valores de bienestar/calidad de vida y reconocimiento/flexibilidad, los cuales son esenciales en la "guerra por el talento" post-pandemia y generan un vínculo emocional fuerte con la marca empleadora.)*

Instrucciones: Lee con atención la entrevista radial entre Clara y el Dr. Vidal. Identifica el registro, el contexto y los elementos persuasivos utilizados por el Dr. Vidal para defender la jornada laboral de cuatro días.

Transcripción de Audio: "Economía y Bienestar"

Contexto: Segmento de análisis en un programa matutino de noticias de negocios.

Duración aproximada: 2 minutos 30 segundos

Participantes:

Clara: Periodista y moderadora. (registro profesional, neutro).

Dr. Vidal: Sociólogo del trabajo. (registro experto, persuasivo).

Clara: Muy buenas tardes, Dr. Vidal. Es un placer tenerlo aquí para hablar sobre la jornada laboral de cuatro días. El escepticismo empresarial es alto; muchos lo ven como un lujo inasumible. ¿Cómo refuta usted esa noción?

Dr. Vidal: Gracias, Clara. Me gustaría empezar por el Ethos: no hablamos de un sueño utópico, sino de ciencia laboral . Estudios de nuestra facultad, respaldados por pruebas piloto en España y Reino Unido, demuestran que el factor clave no es el número de horas, sino la calidad del foco. Al dar ese día extra de descanso, reducimos dramáticamente el estrés crónico y el presentismo.

Clara: Pero, doctor, el empresariado pregunta: ¿Qué pasa con la productividad? ¿Cómo se logra hacer el trabajo de cinco días en cuatro sin quemar al empleado?

Dr. Vidal: Esa es la pregunta Logos clave. La realidad es que en una jornada de 40 horas, la eficiencia real oscila entre el 60 y el 70%. El quinto día suele ser tiempo muerto. Al comprimir, obligamos a los equipos a optimizar procesos, a tener reuniones más cortas y a eliminar distracciones. Hemos registrado una mejora del 15% al 20% en la efectividad por hora . La inversión inicial en logística se compensa rápidamente por la reducción de errores y la bajísima tasa de rotación de personal.

Clara: Es decir, el ahorro en costes de contratación y formación compensa el supuesto aumento del coste laboral.

Dr. Vidal: Exactamente. Pero el argumento más poderoso es el Pathos, la lealtad y el bienestar. Una empresa que ofrece una vida más plena a sus empleados atrae, y sobre todo, retiene al mejor talento. Se convierte en un "empleador de elección". En la guerra por el talento, la jornada de cuatro días es el arma de reclutamiento definitiva.

Clara: Dr. Vidal, un mensaje potente para cerrar.

Dr. Vidal: A los líderes empresariales: no miren esto como un gasto, mírenlo como la inversión estratégica más rentable de la próxima década. El futuro del trabajo no es trabajar más, sino vivir mejor y, por ende, producir de forma más inteligente.

Clara: Dr. Vidal, muchísimas gracias por su perspectiva experta. Volveremos con más.

Parte I: Contexto y registro

3. **Contexto (audiencia):** ¿a qué tipo de audiencia va dirigido principalmente este discurso (ej. público general, expertos en RR.HH., inversores)? Justifica tu respuesta con el vocabulario utilizado.

Respuesta: *El discurso está dirigido principalmente a líderes empresariales, gerencia de alto nivel y profesionales de recursos humanos (RR.HH.).*

Justificación: *El debate se enmarca en un programa de "noticias de negocios" y el lenguaje aborda directamente las preocupaciones corporativas: "escepticismo empresarial," "inversión inicial en logística," "coste de contratación," "tasa de rotación," y "guerra por el talento." El Dr. Vidal se enfoca en refutar objeciones de coste y demostrar beneficios estratégicos.*

4. **Registro (Dr. Vidal):** ¿el registro del Dr. Vidal es informal, profesional, o técnico? ¿Qué palabras específicas (ej. sustantivos o adjetivos) confirman este registro?

Respuesta: *El registro del Dr. Vidal es una combinación de Profesional y Técnico (experto).*

Palabras que lo confirman: Profesional/Experto: "Estudios de nuestra facultad," "ciencia laboral," "factor clave," "argumento más poderoso." Técnico: "presentismo," "rotación de personal," "efectividad por hora," "optimizar procesos."

Parte II: Elementos persuasivos (Logos, Pathos, Ethos)

Identifica en el discurso del Dr. Vidal la presencia de las tres formas de persuasión, utilizando citas textuales de la transcripción para ejemplificar.

Tipo de persuasión	**Cita textual de la entrevista**	**Análisis y objetivo**
Logos (Lógica/datos)	"La realidad es que en una jornada de 40 horas, la eficiencia real oscila entre el 60% y el 70%. y "Hemos registrado una mejora del 15% al 20% en la efectividad por hora."	¿Qué dato se usa? *Porcentajes y estadísticas sobre la eficiencia real y potencial.* ¿Busca justificar el coste o la eficiencia? Demostrar lógicamente que la jornada de 4 días no implica menos trabajo, sino un aumento de la eficiencia por hora, justificando el coste con evidencia.
Pathos (Emoción/valores)	"El argumento más poderoso es el Pathos, la lealtad y el bienestar. Una	¿A qué valor o emoción apela? (Ej. miedo a la enfermedad, deseo de una vida plena). *El deseo de bienestar, la lealtad y la*

	empresa que ofrece una **vida más plena** a sus empleados..."	*satisfacción laboral. Busca generar una conexión emocional, elevando el debate de ser un simple coste a ser una política ética y atractiva.*
Ethos (Credibilidad/autoridad)	"Me gustaría empezar por el Ethos: no hablamos de un sueño utópico, sino de ciencia laboral... Estudios de nuestra facultad, respaldados por pruebas piloto en España y Reino Unido..."	¿Cómo se presenta el orador para que le creamos? ¿Qué título o fuente menciona? *Credibilidad: Se apoya en su título de Sociólogo del Trabajo y en la solidez de las fuentes académicas y la evidencia empírica internacional ("Estudios de nuestra facultad," "pruebas piloto").*

Parte III: Estrategia de refutación

2. Identificación **de la objeción:** ¿Cuál es la principal objeción o pregunta que la periodista, Clara, plantea desde la perspectiva empresarial?

Respuesta: *La principal objeción es la pérdida de Productividad y la duda sobre si es factible "hacer el trabajo de cinco días en cuatro sin quemar al empleado."*

Mecanismo de refutación: ¿Cómo responde el Dr. Vidal a esa objeción? ¿Utiliza un argumento directo, o cambia el marco (ej. pasa de hablar de costes a hablar de inversión/beneficio)?

Respuesta*: El Dr. Vidal utiliza ambos mecanismos:*

Argumento Directo (Logos): Desmantela la objeción de raíz al refutar la premisa de que 5 días son 100% eficientes, señalando que la "eficiencia real oscila entre el 60% y el 70% " y que el quinto día es "tiempo muerto."

Cambio de marco estratégico: concluye el debate con un poderoso re-framing al pedir a los empresarios que no lo miren "como un gasto," sino como la "inversión estratégica más rentable" de la próxima década (pasando de coste a inversión/beneficio).

Actividad 3. El texto escrito según el contexto social o académico.

Objetivo

Comprender y aplicar los principios de la intención comunicativa y la adecuación al redactar un texto argumentativo formal, utilizando la habilidad de autoevaluación para revisar y corregir su propio escrito, asegurando la coherencia temática, el uso correcto de conectores (cohesión), y la corrección gramatical, ortográfica y de puntuación.

Conocimientos básicos

- ¿Cuál es la principal diferencia entre la coherencia de un texto (sentido global) y la cohesión (unión de sus partes)?

Respuesta: *La coherencia es el orden lógico y temático de las ideas; la cohesión es el uso de recursos lingüísticos (conectores, sinónimos, pronombres) para unir esas ideas).*

- ¿Por qué es fundamental la adecuación (es decir, adaptar el estilo y registro al contexto) para lograr la intención comunicativa de un texto?

Respuesta: *Si el registro no es el adecuado (p. ej., usar lenguaje informal en un texto académico), el mensaje no será tomado en serio o no cumplirá su propósito).*

Actividad

Redacta un un artículo de opinión de 200 a 250 palabras sobre el tema: **"La semana laboral de 4 días: implicaciones para la productividad y el bienestar social."**

Contexto y registro: estás redactando un artículo de opinión para una revista especializada en recursos humanos o economía. Debes mantener un **registro formal y profesional**.

Intención comunicativa: persuadir al lector de que tu postura sobre el tema es la más viable para el futuro del mercado laboral.

Una vez finalizado tu borrador, realiza las siguientes acciones de revisión utilizando la tabla a continuación:

- **Paso 1 (adecuación y coherencia):** lee el texto para verificar si tu tesis y argumentos son claros y si el registro es formal.
- **Paso 2 (cohesión):** lee el texto centrándote solo en los conectores y la transición de las ideas.
- **Paso 3 (corrección):** lee el texto una última vez solo para revisar errores de ortografía, gramática y puntuación.
- **Paso 4 (verificación):** marca 'Sí' o 'No' en la lista, haciendo las correcciones necesarias antes de marcar 'Sí' en cada punto.

Texto argumentativo modelo (230 palabras)

La semana laboral de 4 días: Una inversión estratégica en el capital humano

La implementación de la semana laboral de cuatro días no debe ser interpretada como una simple concesión al bienestar social, sino como una ***estrategia empresarial proactiva*** *indispensable en el siglo XXI. Históricamente, cada reducción de jornada ha sido seguida por incrementos en la productividad global.* ***Por consiguiente****, los datos de los proyectos piloto recientes demuestran una clara correlación entre el tiempo de descanso extendido y la optimización de las horas trabajadas.*

En primer lugar*, la reducción del estrés y el aumento del tiempo personal potencian significativamente la salud mental del empleado, lo cual revierte directamente en menor absentismo y mayor compromiso. Un trabajador que percibe el valor de su tiempo libre es,* ***además****, un trabajador más concentrado y eficiente durante su jornada.*

No obstante*, se argumenta que esta medida es inviable para sectores con alta demanda de servicios.* ***Sin embargo****, el reto real no reside en la duración, sino en la* ***reingeniería de procesos****. La semana de cuatro días obliga a las empresas a eliminar reuniones improductivas y a priorizar tareas de alto impacto.* ***Por lo tanto****, al enfocarse en los resultados y no en el tiempo de presencia, se estimula la innovación operativa.*

En conclusión, la semana laboral reducida se erige como una palanca competitiva que atrae talento y garantiza la sostenibilidad emocional y productiva de las organizaciones. Es hora de dejar atrás el paradigma de la presencialidad y abrazar la eficiencia basada en la confianza y el rendimiento.

Lista de verificación de autoevaluación (modelo completado)

Criterio clave	**Pregunta de revisión (Sí/No)**	**Corrección/observaciones (basado en el texto modelo)**
Adecuación al contexto y registro		
1. ¿He mantenido un **registro formal** y profesional, adecuado para una revista especializada?	[x] Sí / [ ] No	*El tono es objetivo; se usan palabras como palanca competitiva, absentismo, reingeniería de procesos.*
2. ¿La elección de palabras (vocabulario) es precisa y el tono es objetivo?	[x] Sí / [ ] No	*Se evita el lenguaje emocional y se prioriza la terminología económica (capital humano, estrategia empresarial).*
Coherencia y organización		

3. ¿El texto tiene una estructura clara (introducción, desarrollo de argumentos, conclusión)?	[x] Sí / [ ] No	*La estructura es clara: Tesis (Párrafo 1), Argumento 1 (Párrafo 2), Refutación/Contraargumento (Párrafo 3), Cierre (Párrafo 4).*
4. ¿La tesis es clara y se mantiene la **coherencia temática** a lo largo de todo el texto?	[x] Sí / [ ] No	*La tesis (no es concesión, sino estrategia) se mantiene de principio a fin, enfocándose en la productividad.*
5. ¿He evitado la información redundante o la repetición innecesaria de ideas ya expresadas?	[x] Sí / [ ] No	*Las ideas son distintas: beneficio, bienestar, refutación del sector servicios y conclusión final.*
Cohesión y fluidez		
6. ¿He utilizado **conectores** variados (*además, por consiguiente, no obstante*) para unir frases y párrafos, mejorando la transición?	[x] Sí / [ ] No	*Se usaron: **Por consiguiente**, **En primer lugar**, **además**, **No obstante**, **Sin embargo**, **Por lo tanto**. (Buena variedad).*
7. ¿El texto se lee con **fluidez**? (¿Se siente natural, sin tropiezos sintácticos?)	[x] Sí / [ ] No	*La sintaxis es clara. Las frases complejas están bien puntuadas.*
Corrección		
8. ¿El uso de la **puntuación** (comas, puntos, punto y coma) es correcto y ayuda a clarificar el sentido?	[x] Sí / [ ] No	*Se usan comas para separar conectores y cláusulas subordinadas. La puntuación clarifica las ideas.*
9. ¿He revisado la **ortografía** (incluyendo tildes) y la **gramática** (concordancias, conjugaciones) del texto?	[x] Sí / [ ] No	*No se identifican errores gramaticales o de tildes.*
10. **Revisión final:** ¿He revisado y corregido el texto	[x] Sí / [ ]	*La revisión final asegura que el texto*

completamente para mejorar su **claridad, cohesión y corrección**?	No	*es pulido y listo para su publicación.*

Actividad 4. La situación comunicativa: contexto y oralidad.

Objetivo

Defender una postura argumentativa de manera fluida y persuasiva aplicando la adecuación, coherencia y corrección en un contexto de expresión hablada.

Conocimientos básicos

- Cuando estás defendiendo una postura en un contexto formal (como un debate o una presentación), ¿qué elementos del lenguaje no verbal (tono, velocidad, volumen, gestos) son más importantes para generar credibilidad en tu audiencia?

El volumen debe ser audible y firme; la velocidad, pausada y clara; el tono, serio y profesional; el contacto visual o la postura corporal deben transmitir seguridad.)

- En el discurso oral, ¿qué herramienta fundamental de la cohesión escrita utilizas para asegurar que tu argumento sea coherente y que el oyente pueda seguir la secuencia de tus ideas sin perderse?

Los conectores discursivos u organizadores textuales (ej. "Para comenzar...", "Por lo tanto...", "En conclusión...") son vitales para marcar la estructura lógica del discurso oral.)

1. **Contexto:** Imagina que estás participando en un panel de expertos o en una reunión de dirección, donde debes presentar y defender tu postura sobre el tema de la **semana laboral de 4 días** (basado en el texto argumentativo que redactaste en la actividad previa).
2. **Formato:** Graba un **audio o video** que tenga una duración de **2 a 3 minutos** exactos.
3. **Contenido:**
    - Inicia con una **introducción persuasiva** que presente claramente tu tesis.
    - Desarrolla tus **dos argumentos principales** de manera coherente y fluida.
    - Concluye con un **llamado a la acción o una síntesis impactante**.
4. **Enfoque:** tu principal objetivo es la **fluidez argumentativa** y la **corrección técnica** del discurso oral.

Guion modelo: defensa de la semana laboral de 4 días

Duración estimada: 2:30 minutos

Introducción (0:00 - 0:30)

(Tono: firme y profesional. Volumen: medio-alto para captar la atención.)

"Buenos días a todos los miembros de este distinguido panel.

Hoy no les vengo a proponer una simple medida de bienestar, sino una reingeniería estructural que garantiza el futuro competitivo de nuestra organización.

El mercado laboral actual exige no solo eficiencia, sino también innovación en la gestión del capital humano. Mi postura es clara: La adopción de la semana laboral de cuatro días no es un costo, es una inversión estratégica. Defenderé que esta política no solo mejora la calidad de vida de nuestros empleados, sino que, y lo más crucial, incrementa directamente la productividad mediante la optimización de los procesos internos."

Desarrollo - argumento 1: Productividad y enfoque (0:30 - 1:20)

(Tono: analítico y didáctico. Uso de conectores para marcar la transición.)

"Para comenzar, es fundamental desmitificar la relación entre horas trabajadas y rendimiento.

Las investigaciones, y nuestros propios pilotos internos, demuestran que la mente humana alcanza su pico de rendimiento con bloques de trabajo intensos y bien definidos. Al concentrar las mismas responsabilidades en cuatro días, obligamos a los equipos a priorizar y eliminar el 'tiempo muerto'. Esto se traduce en un aumento promedio del 25% en la eficiencia de las tareas clave, como ya lo han experimentado con éxito empresas referentes en nuestro sector.

***Profundizando en este aspecto**, el beneficio de tres días de descanso no solo previene el agotamiento, sino que garantiza que los empleados regresen el lunes con un **enfoque renovado y una motivación intrínseca** superior, lo cual impacta directamente en la calidad del producto final."*

Desarrollo - argumento 2: Retención de talento y costos (1:20 - 2:00)

(Tono: persuasivo, con un toque de énfasis en los datos financieros. Uso de conectores de adición y contraste.)

*"**Además de la eficiencia**, consideremos el impacto en la retención de talento, un área crítica y costosa.*

*En un entorno post-pandemia, la flexibilidad se ha convertido en el principal incentivo. Ofrecer la semana de cuatro días nos posiciona como un **empleador de elección**, reduciendo drásticamente la rotación de personal, que actualmente nos genera un coste anual estimado de [cita un dato específico o estimado, ej.: $80,000] en reclutamiento y capacitación.*

***No obstante**, esta reducción de costes no solo proviene de la retención. Una plantilla más feliz y descansada experimenta una **disminución significativa en el absentismo laboral**, lo que asegura una operación más constante y predecible, mitigando riesgos operativos."*

Conclusión y llamada a la acción (2:00 - 2:30)

Tono: concluyente y enérgico. Velocidad ligeramente más lenta para el impacto final.)

*"**Por lo tanto, concluimos** que la semana laboral de cuatro días es una estrategia triple a: Aumenta la **atractividad** como empleador, incrementa la **aptitud** productiva de nuestros equipos y reduce los **absentismos** por estrés.*

*No se trata de trabajar menos, sino de trabajar mejor. La decisión de avanzar hacia este modelo es la decisión de abrazar la **sostenibilidad productiva** en el siglo xxi.*

*Mi propuesta al comité es iniciar un programa piloto escalonado en el primer trimestre. Estoy disponible para responder cualquier pregunta sobre la **viabilidad operativa** y los mecanismos de seguimiento de este plan. Muchas gracias por su atención."*

B. Proceso de autoevaluación

Después de grabar y escuchar tu intervención, utiliza la siguiente lista de verificación. Sé honesto en tu valoración. Si marcas 'No' en algún punto, reflexiona sobre cómo puedes mejorar ese aspecto en futuras interacciones y anota una breve acción correctiva.

Criterio clave	**Pregunta de revisión**	**Plan de mejora incluso con "Sí", se requiere autocrítica)**
Fluidez e Interacción	**Inicia y mantiene conversaciones de manera fluida.**	
1. ¿La exposición fluyó sin pausas excesivas o repeticiones de palabras ("eh...", "este...") que interrumpieran el ritmo?	[x] Sí	*Aunque la fluidez fue buena, debo practicar las transiciones complejas sin mirar mis notas.*
2. Si fuera una conversación, ¿mi respuesta demuestra que escuché activamente y respondí de manera adecuada a mi interlocutor?	[x] Sí	*En el inicio, se utiliza una referencia clara al contexto ("como se ha mencionado previamente en el informe...") que simula la respuesta a un debate.*

Coherencia y estructura	**Organiza las ideas de forma coherente durante la interacción.**	
3. ¿El discurso tuvo una estructura lógica (introducción, desarrollo, conclusión) marcada por conectores orales?	[x] Sí	*Se utilizaron: "Para comenzar...", "Profundizando en este punto...", y "Por lo tanto, concluimos...". La estructura fue muy clara.*
4. ¿Me mantuve centrado en el tema principal sin divagar en ideas secundarias irrelevantes?	[x] Sí	*El argumento se mantuvo siempre en el eje de la "productividad" y el "retorno de la inversión" de la jornada reducida.*
Corrección y adecuación	**Utiliza vocabulario y estructuras gramaticales correctas y adecuadas.**	
5. ¿Utilicé un **vocabulario rico y preciso**, apropiado para un contexto académico/profesional?	[x] Sí	*Se empleó terminología formal como "reingeniería de procesos", "capital humano" y "sostenibilidad productiva".*
6. ¿Las estructuras gramaticales y las conjugaciones verbales fueron correctas y no se cometieron errores sintácticos?	[x] Sí	*La gramática es correcta. Las frases complejas se construyeron con la sintaxis adecuada al registro formal.*
Elementos no verbales	**Ajusta el tono, la velocidad y el volumen de la voz según la situación.**	
7. ¿El **volumen y el tono** de mi voz fueron adecuados para persuadir, mostrando seguridad	[x] Sí	*El volumen se elevó ligeramente en la conclusión para asegurar el impacto final. El tono*

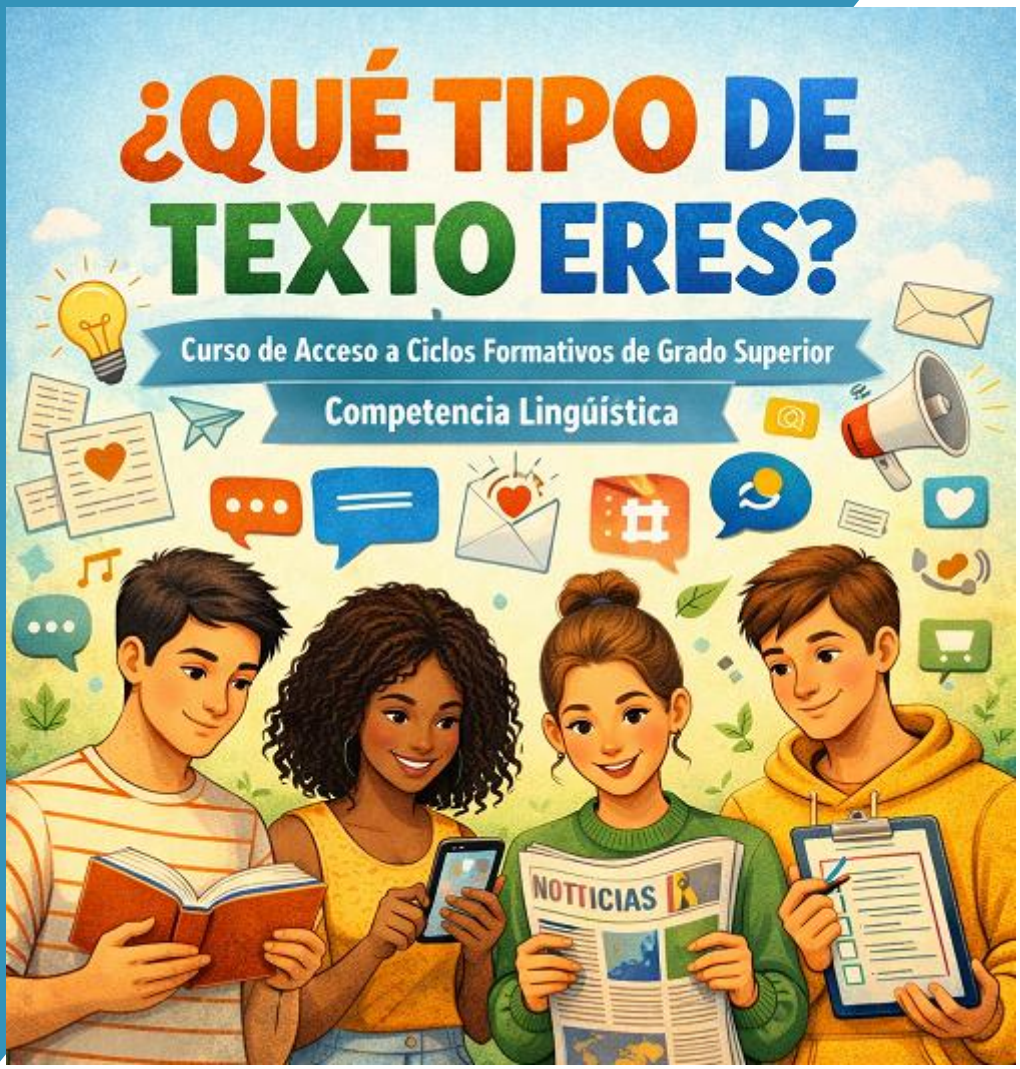
y seriedad?		*fue profesional.*
8. ¿Ajusté la **velocidad** de mi discurso para enfatizar puntos clave y dar tiempo al oyente para procesar la información?	[x] Sí	*La velocidad se redujo al introducir la cifra clave sobre el absentismo para garantizar la comprensión.*
9. ¿Mostré **interés y participación** constante, con energía y entusiasmo en mi voz?	[x] Sí	*El entusiasmo por el tema fue evidente en la voz, lo cual mantuvo la atención del oyente durante los tres minutos completos.*

Curso de formación preparatorio para el acceso a Ciclos Formativos de Grado Superior

Competencia en Lengua Castellana

Unidad 4

¿Qué tipo de texto eres?



COMPETENCIA BÁSICA COMUNICATIVA EN LENGUA CASTELLANA N4

UNIDAD 4: ¿QUÉ TIPO DE TEXTO ERES?

Índice

1. Introducción 2
2. ¿Qué vas a aprender y por qué te será útil en tu día a día? 2
3. Los mensajes escritos 2
    1 Primer objetivo: reconocer los rasgos y su adecuación al contexto. 3
    2 Segundo objetivo: estructura y organización de los mensajes expositivos escritos. 6
    3 Tercer objetivo: la claridad del mensaje y su estructura. 9
4. La adecuación del texto expositivo. 11
    1 Primer objetivo: reconocer dónde es pertinente y adecuado el texto expositivo. 13
    2 Segundo objetivo: la pertinencia del mensaje oral expositivo. 15
    3 Tercer objetivo: estructura y organización de los mensajes orales. 18
5. El texto argumentativo escrito. 22
    1 Primer objetivo: estrategias de organización y planificación de ideas. 23
    2 Segundo objetivo: conectores y recursos de cohesión. 26
    3 Tercer objetivo: los propósitos que persigue el texto argumentativo. 29
6. El texto argumentativo oral: la acción de convencer 30
    1 Primer objetivo: factores que modulan el discurso oral. 32
    2 Segundo objetivo: la estructura y planificación de la intervención. 35
    3 Tercer objetivo: habilidades clave en la argumentación oral. 37
7. Autoevaluación. 42
8. Solucionario autoevaluación 49

1. Introducción

En nuestro día a día, estamos constantemente interactuando con información. A veces, nuestro objetivo es simplemente **exponer** datos de manera objetiva (un informe, una noticia). Otras veces, el objetivo es más complejo: **influir** en una decisión, cambiar una opinión o motivar una acción (un debate, una defensa de proyecto, un discurso político).

Esta unidad te proporcionará las herramientas para dominar ambos mundos. Exploraremos cómo estructurar un mensaje para que sea cristalino y cómo transformarlo en un argumento persuasivo que use la lógica, la credibilidad y la emoción a tu favor, tanto si lo escribes como si lo presentas de forma oral. Al entender el propósito de cada texto, sabrás elegir la estrategia más efectiva para cada situación.

2. ¿Qué vas a aprender y por qué te será útil en tu día a día?

Dominar las técnicas de planificación y adaptación del discurso para **informar con total claridad** y **argumentar con máxima capacidad de influencia**, asegurando que tu mensaje se ajuste siempre a las necesidades y expectativas de tu audiencia.

1. **Diferenciar la intención:** aprenderás a distinguir la estructura de un texto **expositivo** (que solo informa de forma objetiva) de un texto **argumentativo** (que busca convencer o refutar).
2. **La audiencia manda:** descubrirás cómo adaptar el mismo mensaje a diferentes receptores (un jefe, un compañero, el público general) eligiendo el **género discursivo** y el **tono** más adecuados (formal, técnico, emocional).
3. **El poder de lo no-verbal:** entenderás cómo el uso estratégico de la **voz** y el **cuerpo** (factores no verbales y paralingüísticos) son esenciales en la comunicación oral para proyectar credibilidad y emoción.
4. **Estructura y estrategia:** Aprenderás a planificar cada fase de una presentación oral (Apertura, Desarrollo y Cierre) utilizando recursos como la repetición (anáfora) y técnicas de defensa (*Bridging*) para manejar preguntas difíciles.

Al finalizar esta unidad, serás capaz de analizar cualquier situación comunicativa y elegir el tipo de texto más apropiado, estructurar tus ideas de forma lógica y persuasiva, y usar la comunicación verbal y no verbal para generar la máxima credibilidad y lograr la acción o el acuerdo que buscas en cualquier ámbito, desde el laboral hasta el social.

3. Los mensajes escritos

Objetivos de aprendizaje

1 Primer objetivo: reconocer los rasgos y su adecuación al contexto.
2 Segundo objetivo: estructura y organización de los mensajes expositivos escritos.
3 Tercer objetivo: la claridad del mensaje y su estructura.

"La misión de Marcos: presentar datos objetivos y defender el Plan de Eficiencia".

Marcos Valdivia, de 44 años, ha estudiado doble grado en Ingeniería de la Energía y Periodismo Científico. Trabaja como Director de Comunicación Estratégica para la empresa *Global Infra-Tech Solutions*, una multinacional con más de 5.000 empleados enfrentando una transición hacia la sostenibilidad.

Debe adaptarse a dos roles diferentes:

- Marcos el científico: debe procesar y redactar informes de auditoría energética que muestran que el cambio inicial hacia la sostenibilidad será costoso y logísticamente complejo. Para ello, debe presentar datos fríos, informes técnicos y estadísticas de consumo energético. Su misión es la objetividad.

- Marcos el persuasivo: el Comité de Dirección está dividido. Muchos ven el Plan de Eficiencia como un gasto innecesario que reducirá los beneficios a corto plazo. Debe defender el nuevo y controvertido Plan de Eficiencia para su empresa ante el Comité de Dirección de su empresa. Su misión es la persuasión.

Actividad

Si Marcos confunde estos roles, perderá su credibilidad. Por eso, su primera tarea es dominar el mensaje expositivo.

Conocimientos previos

Marcos ha recibido un primer borrador sobre el análisis de consumo energético de la empresa del último trimestre. Lamentablemente, el redactor se dejó llevar por la emoción y el pánico. Marcos no puede enviar esto al Comité de dirección de la empresa, así que te pide ayuda para eliminar todos los elementos subjetivos que hay presentes en el borrador.

De acuerdo con lo visto en anteriores unidades, lee atentamente el borrador y subraya todos los elementos que muestren subjetividad.

Borrador inicial

Creemos que la situación actual es bastante preocupante. Tras el exhaustivo análisis que nosotros realizamos, observamos que el gran consumo energético durante el último trimestre fiscal es totalmente insostenible. Pienso que esta peligrosa tendencia se debe, en nuestra opinión, a la ineficiente gestión de las instalaciones operativas. Es vital que se implemente una solución urgente.

APRENDEMOS

1 Primer objetivo: reconocer los rasgos y su adecuación al contexto.

Un texto expositivo tiene como propósito principal **mostrar la realidad tal como es**, iluminando un tema para que el receptor lo comprenda en su totalidad.

A diferencia de otros tipos de discurso, el texto expositivo se caracteriza porque **no juzga, no opina y no intenta modificar la postura o la mente del receptor**. Su máxima es la **claridad**.

En el texto expositivo el foco se sitúa en el **contexto o referente**, es decir, los hechos, los datos y los conceptos.

La prioridad esencial de la exposición es la **fidelidad al hecho**.

El mensaje expositivo, al ser un texto técnico e informativo, debe cumplir con los siguientes criterios de objetividad e impersonalidad:

Rasgo clave	Definición	Aplicación
Objetividad	Supresión total de juicios de valor. Se eliminan adjetivos, adverbios y frases que expresen sentimientos o valoraciones personales.	**Ejemplo:** en lugar de *"Una terrible escasez",* se utiliza *"Un déficit de 500 unidades".*
Impersonalidad	Uso exclusivo de la tercera persona gramatical o de construcciones impersonales. El emisor no debe aparecer en el texto.	**Ejemplo:** se prefiere "*Se verificó la hipótesis"* a *"Nosotros verificamos la hipótesis".*
Claridad y precisión	Uso de terminología técnica o especializada propia del campo temático. Los términos deben ser definidos si la audiencia no está familiarizada con ellos.	El uso correcto de **tecnicismos** garantiza que la información no sea ambigua.
Adecuación al contexto	Adaptación del nivel de detalle y el vocabulario a la audiencia específica. Un informe para especialistas será diferente a una nota divulgativa.	El nivel de profundidad del contenido está determinado por el conocimiento previo del público.

Para asegurar la objetividad de un borrador, se recomienda un proceso de auto-edición enfocado en la eliminación del sesgo:

1. **Eliminación de la primera persona:** buscar y reemplazar cualquier verbo o pronombre que remita al emisor ("creemos", "pienso", "nuestra opinión").
2. **Test del adjetivo:** evaluar cada adjetivo. Si un adjetivo califica el hecho en lugar de describirlo, debe ser reemplazado por un dato exacto o una definición técnica.
3. **Uso de voz pasiva refleja:** priorizar las construcciones impersonales mediante el pronombre "se" (**"se reporta** que...") en lugar de estructuras activas que nombren al sujeto emisor.

Desarrollo

Ahora que ya conoces las técnicas para transformar las frases subjetivas y eliminar los juicios de valor, vuelve a escribir el borrador inicial de Marcos presentado previamente de manera que sea objetivo.

Actividad

Para defender su Plan de Eficiencia ante el Comité de Empresa, Marcos debe presentar datos objetivos que validen este plan. Marcos ha pensado que el informe trimestral de consumo energético aportará una base científica hacia la defensa de ese plan. Marcos está redactando el informe en base al borrador inicial que recibió. Para que su desarrollo sea claro y objetivo, debe organizar los datos para que el lector los entienda fácilmente.

Conocimientos previo

-Imagina que recibes un correo de un compañero explicándote un problema técnico, pero empieza por el final, luego te da cifras sueltas y termina saludándote.

Aunque los datos sean correctos, ¿qué es lo que falla realmente? ¿Crees que influye más la cantidad de información o el orden en que te la da para que confíes en lo que dice?

-Imagina que Marcos incluye al final del informe la frase: *"Por lo tanto, mi recomendación es que vendamos todo inmediatamente."* De acuerdo con lo visto anteriormente, ¿crees que esta frase en la conclusión es adecuada para un informe que solo busca informar?

-Ahora imagina que tienes que explicarle a alguien cómo funciona una aplicación nueva que tú has inventado: ¿Empezarías explicándole el código de programación más complejo o empezarías recordándole un problema cotidiano que todos tenemos y que tu app soluciona?

-Cuando abres un libro o un informe largo:

¿En qué partes esperas encontrar el resumen de todo?

-¿Qué pasaría si un informe no tuviera una introducción que explicara de qué va el tema?

APRENDEMOS

2 Segundo objetivo: estructura y organización de los mensajes expositivos escritos.

¿Qué es lo que determina la calidad de un informe expositivo? SU ORDEN. La estructura clásica es la base, pero el texto utiliza estructuras internas lógicas para organizar los datos del desarrollo.

La estructura es la herramienta principal para la **coherencia global** del texto (la lógica de las ideas). Los marcadores discursivos son las herramientas de **cohesión** (la unión gramatical de las frases). En un texto expositivo, deben trabajar en perfecta armonía.

A. La estructura EXTERNA: el mapa

La estructura externa de un informe expositivo sigue un formato clásico:

1. **Introducción (el tema)**: presentación del tema, su importancia y la metodología utilizada.
2. **Desarrollo (el contenido):** exposición detallada de los datos, cifras, estadísticas y procesos.
3. **Conclusión (el resumen):** recapitulación de los hallazgos principales, sin derivar en recomendaciones políticas.

B. Las estructuras INTERNAS (cómo ordenar los datos)
Las estructuras internas dictan la organización lógica del contenido dentro de la sección de desarrollo.

A continuación, se muestran los marcadores discursivos típicos que se suelen usar en los textos expositivos dependiendo de para qué se utilizan:

- **Explicar un término**: *Se define como, es decir, lo que significa que...*
- **Explicar un efecto:** *Debido a, por consiguiente, la causa principal fue...*
- **Clasificar en categorías**: *Se clasifica en, distinguimos tres tipos…*
- **Plantear una dificultad y las posibles propuestas** para solucionarla: *El desafío radica en..., la alternativa implementada es...*

Principio de la progresión temática

Si quieres que alguien comprenda un tema nuevo, no puedes soltar la información de golpe. Tienes que guiar a tu lector paso a paso, como si estuvieras bajando una escalera. Aquí tienes tres formas de hacerlo:

Para que cualquier persona entienda el plan de Marcos, debemos explicarlo como si estuviéramos contando una historia, yendo de lo que todos vemos a los detalles más pequeños:

1. **Empieza por lo que todos conocen**
2. **Organiza por sectores**
3. **Llega al detalle**
    - **El problema: causa**
    - **El resultado: consecuencia**

¿Por qué? **Porque es más fácil entender algo nuevo si lo comparas con algo que ya conoces.**

No saltes directamente a la solución (como cambiar una bombilla). Primero explica el contexto que todos conocen, luego señala el problema general y termina analizando el detalle concreto. Así, cualquiera que te lea sentirá que tu explicación tiene un **"orden natural".**

El flujo debe ir de lo conocido a lo desconocido, o de lo general (clasificación por sectores) a lo particular (causa-consecuencia en un sector específico), asegurando una lectura fluida y lógica.

Desarrollo

A continuación, se presenta el informe que ha redactado Marcos. Escribe debajo de cada sección la idea principal que presenta Marcos en cada párrafo:

Informe de consumo energético y justificación del Plan de Eficiencia

“Este informe presenta los resultados de la auditoría de consumo energético realizada en las instalaciones de la empresa durante el último trimestre. El objetivo es proporcionar al Comité de Empresa una base científica y objetiva que demuestre la necesidad de adoptar el nuevo Plan de Eficiencia Energética. Los datos analizados revelan que el modelo actual de consumo es insostenible tanto financiera como operativamente debido a la falta de protocolos de control automatizados.

*En el contexto de nuestra infraestructura, definimos la **"Carga de Inactividad Crítica"** como el consumo de energía que se produce fuera del horario productivo (noches, fines de semana y festivos). Esta carga incluye tanto el "consumo fantasma" de equipos de oficina como el mantenimiento innecesario de sistemas de climatización en áreas no ocupadas de la planta.*

El consumo energético de nuestra empresa se clasifica en tres categorías principales según su uso final en la infraestructura:

- ***Consumo operativo (45%):*** *energía utilizada directamente en la maquinaria de producción y servidores centrales.*
- ***Sistemas de soporte (40%):*** *climatización (HVAC) e iluminación de las naves y oficinas.*
- ***Residuo energético (15%):*** *energía disipada en equipos en modo de espera y fugas térmicas por falta de aislamiento en la sección de logística.*

La falta de un sistema de gestión centralizado ha permitido que los sistemas de climatización operen a máxima potencia durante los picos de calor del trimestre, incluso en zonas de baja densidad de personal.

Se ha registrado un incremento del ***22% en la factura eléctrica*** *respecto al trimestre anterior. Este sobrecoste reduce directamente el margen de beneficio de la empresa y compromete la partida presupuestaria destinada a incentivos de productividad para el próximo año.*

El 15% del gasto energético actual es "energía muerta" que no aporta valor al proceso de fabricación. El sistema de iluminación manual actual genera un desperdicio del 30% en horas de luz natural.

La aprobación inmediata del ***Plan de Eficiencia*** *propone:*

1. ***Sensores de presencia y lumínicos:*** *reducción estimada del 25% en el gasto de iluminación.*
2. ***Protocolo "zero-standby":*** *instalación de regletas inteligentes para eliminar el consumo de inactividad.*
3. ***Aislamiento térmico en logística:*** *reducción del esfuerzo de las máquinas de frío en un 12%.*

Los datos son concluyentes: la empresa está perdiendo recursos financieros en energía que no produce riqueza. El Plan de Eficiencia presentado no es un gasto, sino una inversión necesaria para recuperar el control sobre los costes operativos. La validación de este plan por parte del Comité de Empresa permitirá no solo cumplir con las normativas medioambientales vigentes, sino asegurar la viabilidad económica y la competitividad de nuestra planta a largo plazo."

Actividad

El informe que ha redactado Marcos ha quedado correcto en cuanto a la estructura y organización de la información que quiere proporcionar. Sin embargo, tiene la

impresión de que aporta datos de manera inconexa. Ahora necesita que el informe se pueda leer de manera fluida.

Conocimientos previos

Imagina que recibes un mensaje de WhatsApp que dice solo datos sueltos: "*Hay examen. No hay café. Mañana llueve*". Aunque entiendes las palabras, te falta saber por qué te lo dicen todo junto.

¿Cómo cambiaría tu interpretación si el mensaje usara "pegamento" entre las ideas (ej: "Mañana llueve; ¿por lo tanto, no habrá café en el patio y además el examen se hará en clase")? ¿Por qué crees que nos cuesta más entender las ideas cuando no están conectadas?

Ahora imagina que alguien te da unas instrucciones, por ejemplo, cómo llegar a un sitio, pero habla con frases muy largas. ¿Recordarás todo lo que tienes que hacer hasta llegar al sitio? ¿Cómo se podrían mejorar estas instrucciones?

3 Tercer objetivo: la claridad del mensaje y su estructura.

El objetivo principal es que el lector entienda la información a la primera, sin dudas ni confusiones. Para lograrlo, nos apoyamos en dos pilares:

1. Cohesión (el "pegamento" de las ideas)

La cohesión consiste en unir las frases para que el texto fluya. No basta con soltar datos; hay que explicar cómo se relacionan entre sí usando conectores.

Ejemplos de conectores útiles:

- Para **sumar información**: "Además", "Asimismo". (Ej: El consumo subió. Además, la demanda fue estable).
- Para **explicar causas**: "Por lo tanto", "Debido a". (Ej: Hubo una ola de calor; por lo tanto, se usó más el aire acondicionado).
- Para **compara**r: "A diferencia de", "Mientras que". (Ej: A diferencia del año pasado, este mes las ventas bajaron).
- Para **aclarar**: "Es decir", "En otras palabras". (Ej: El factor fue 0.75, es decir, funcionó al 75%).

2. Sintaxis simple (frases directas)

Para que un texto sea fácil de leer, la estructura de la oración debe ser sencilla y ordenada.

La regla de oro:

Sigue siempre el orden**: Sujeto + Verbo + Complementos**.

Bien: "*El consumo de energía subió un 15%."*

Mal: *"Un 15%, el consumo de energía subió."*

¿Por qué evitar frases largas con muchos incisos?

Cuando metemos muchas aclaraciones entre comas, separamos el sujeto del verbo. Esto obliga al lector a esforzarse más y hace que pierda el hilo.

Ejemplo de **simplificación**:

❌ No escribas así: "*El consumo, que subió en junio por el calor en 15 estados y que obligó a usar reservas, aumentó un 15%."*

✅ Escribe así: "*El consumo de energía aumentó un 15%. Esto ocurrió por la ola de calor de junio, que obligó a usar las reservas*."

En resumen: Divide las ideas complejas en frases cortas y únelas con conectores. ¡Menos es más!

Desarrollo

Ahora que ya sabes cómo añadir cohesión y simplicidad a un texto expositivo, indica qué cambios introducirías en el informe de Marcos que su informe se pueda leer de manera fluida. Añade los conectores adecuados en los puntos señalados con una X.

Informe de consumo energético y justificación del Plan de Eficiencia

"Este informe presenta los resultados de la auditoría de consumo energético realizada en las instalaciones de la empresa durante el último trimestre. El objetivo es proporcionar al Comité de Empresa una base científica y objetiva que demuestre la necesidad de adoptar el nuevo **Plan de Eficiencia Energética***. Los datos analizados revelan que el modelo actual de consumo es insostenible tanto financiera como operativamente debido a la falta de protocolos de control automatizados.*

En el contexto de nuestra infraestructura, definimos la **"Carga de Inactividad Crítica"** *como el consumo de energía que se produce fuera del horario productivo (noches, fines de semana y festivos).* ***[X_____],*** *esta carga incluye tanto el "consumo fantasma" de equipos de oficina como el mantenimiento innecesario de sistemas de climatización en áreas no ocupadas de la planta.*

El consumo energético de nuestra empresa se clasifica en tres categorías principales según su uso final en la infraestructura:

- **Consumo operativo (45%):** *energía utilizada directamente en la maquinaria de producción y servidores centrales.*
- **Sistemas de soporte (40%):** *climatización (HVAC) e iluminación de las naves y oficinas.*
- **Residuo energético (15%):** *energía disipada en equipos en modo de espera y fugas térmicas por falta de aislamiento en la sección de logística.*

La falta de un sistema de gestión centralizado ha permitido que los sistemas de climatización operen a máxima potencia durante los picos de calor del trimestre, incluso en zonas de baja densidad de personal.

[X_____], *se ha registrado un incremento del* **22% en la factura eléctrica** *respecto al trimestre anterior. Este sobrecoste reduce directamente el margen de beneficio de la empresa* ***[X_____]*** *~~y~~ compromete la partida presupuestaria destinada a incentivos de productividad para el próximo año.*

[X_____], *el 15% del gasto energético actual es "energía muerta" que no aporta valor al proceso de fabricación.* ***[X_____]****, el sistema de iluminación manual actual genera un desperdicio del 30% en horas de luz natural.*

La aprobación inmediata del **Plan de Eficiencia** *propone:*

4. **Sensores de presencia y lumínicos:** *reducción estimada del 25% en el gasto de iluminación.*
5. **Protocolo "zero-standby":** *instalación de regletas inteligentes para eliminar el consumo de inactividad.*
6. **Aislamiento térmico en logística:** *reducción del esfuerzo de las máquinas de frío en un 12%.*

Los datos son concluyentes: la empresa está perdiendo recursos financieros en energía que no produce riqueza. ***[X_____]****, el Plan de Eficiencia presentado no es un gasto, sino una inversión necesaria para recuperar el control sobre los costes operativos. La validación de este plan por parte del Comité de Empresa permitirá no solo cumplir con las normativas medioambientales vigentes, sino asegurar la viabilidad económica y la competitividad de nuestra planta a largo plazo."*

4. La adecuación del texto expositivo.

Objetivos de aprendizaje

1 Primer objetivo: reconocer dónde es pertinente y adecuado el texto expositivo.
2 Segundo objetivo: la pertinencia del mensaje oral expositivo.
3 Tercer objetivo: estructura y organización de los mensajes orales.

"Doble misión de Marcos: ¿notario de hechos o abogado de la causa? El arte de la adecuación."

Como ya sabes, Marcos, el Director de Comunicación Estratégica de la empresa *Global Infra-Tech Solutions*,**, se enfrenta a distintas situaciones relacionadas con su Plan de Eficiencia Energética.**

En la sección anterior, Marcos redactó el informe de consumo energético de la empresa y lo va a usar para intentar convencer al Comité de Dirección de que el plan de Eficiencia Energética que él propone es la mejor solución para ahorrar costos a la empresa.

Actividad

Marcos debe decidir si al presentar su informe ante el Consejo de Dirección de su empresa, le conviene solo informar hechos (como notario de hechos) o dar su opinión y convencer (como abogado de la causa).

Conocimientos previos

Imagina que estás viendo un partido de fútbol o una competencia de baile con un amigo.

Si tu amigo te pregunta: *"¿Cómo va el marcador y cuánto tiempo queda?"*, ¿espera que le des tu opinión sobre si el árbitro es malo o simplemente que le des los datos exactos?

¿En qué otras situaciones de tu vida (en clase, en el médico, en un trabajo) es vital que solo transmitas "la verdad de los hechos" sin añadir lo que tú sientes al respecto? ¿Qué pasaría si en esas situaciones mezclaras tu opinión personal?

Piensa en una charla con tus amigos donde quieres convencerlos de algo (por ejemplo, salir el fin de semana). Normalmente, primero explicas la situación (*"Hemos terminado todas las tareas"*) y luego intentas convencerlos (*"Por eso, merecemos ir"*).

¿Alguna vez has sentido que alguien no te entiende porque mezcla los datos con sus quejas de forma desordenada? ¿Cómo ayudaría a la otra persona si tú dijeras claramente: *"Primero te cuento los hechos y luego te daré mi opinión"*?

APRENDEMOS

1 Primer objetivo: reconocer dónde es pertinente y adecuado el texto expositivo.

El dominio del mensaje expositivo —aquel que es objetivo e impersonal— no es solo una cuestión de redacción, también de **adecuación contextual**. La **ADECUACIÓN** es la capacidad de determinar *cuándo* y *cómo* utilizar la exposición para que sea la herramienta comunicativa más efectiva, evitando convertir información valiosa en datos irrelevantes o malinterpretados.

1. Criterios de pertinencia del mensaje expositivo

La pertinencia se refiere a si el tipo de texto elegido es el correcto para la situación comunicativa y la intención del emisor. El mensaje expositivo es adecuado solo cuando la situación requiere información neutral y no una toma de postura.

El texto expositivo exige un **registro formal** y una **intención informativa pura**. Es el tipo de texto que busca describir la realidad (el *qué*) o explicar un proceso (el *cómo*).

Si la intención es evaluar (el *por qué* es bueno o malo), justificar o persuadir, la exposición es inadecuada y debe ceder el paso a la argumentación.

Conclusión: El texto expositivo es el idioma del conocimiento técnico y la descripción pura. Es adecuado cuando el propósito primario es enseñar, informar o certificar un hecho.

2. La transición de rol (cambio de registro)

En contextos dinámicos como ruedas de prensa, reuniones ejecutivas o debates, el comunicador debe tener la habilidad de pasar de la **exposición** a la **argumentación** (o viceversa) de forma inmediata y explícita. Este cambio de registro debe ser anunciado mediante frases de transición claras, actuando como un "cambio de sombrero" verbal.

A continuación, puedes ver cómo hacerlo de forma natural:

1. El sombrero de "solo los hechos" (exponer)

Úsalo cuando la conversación se está desviando o hay mucha opinión y necesitas volver a lo importante: los datos.

> **Ejemplo:** "Dejando de lado las opiniones, vamos a fijarnos un momento en lo que dicen los números."
>
> **Ejemplo:** "Para ser objetivos, volvamos a centrarnos en lo que ha pasado realmente."

2. El sombrero de "defensor" (argumentar)

Úsalo cuando ya mostraste los datos y ahora quieres convencer a los demás de que tu plan es el mejor.

> **Ejemplo:** "Viendo que estos datos son claros, ahora entiendo por qué es urgente tomar esta decisión."

Ejemplo: "Con esto en la mano, tenemos motivos de sobra para justificar este cambio."

3. El sombrero de "profesor" (definir)
Úsalo cuando notas que alguien se puede perder con una palabra técnica o quieres que todos entiendan lo mismo.

Ejemplo: "Antes de seguir, para que todos hablemos de lo mismo, cuando digo 'ahorro' me refiero a..."

Ejemplo: "Para que quede claro este punto: lo que estamos llamando 'fallo técnico' es simplemente esto..."

La clave: No cambies de tema de golpe. Usa estas frases como un puente para que los demás te sigan el ritmo.

El uso consciente de estas transiciones evita que el público confunda el diagnóstico objetivo (exposición) con la recomendación subjetiva (argumentación), asegurando que el mensaje mantenga la credibilidad en todo momento.

Desarrollo

Marcos ya sabe que debe cambiar constantemente entre su rol de **notario de hechos (exposición)** y **abogado de la causa. (argumentación)** para aportar datos e intentar convencer al Comité de Dirección de la viabilidad de su Plan de Eficiencia Energética

Lee las diferentes situaciones comunicativas y sus intenciones clave en la siguiente tabla. Para cada situación que enfrenta Marcos, determina si el contexto exige exposición objetiva o argumentación persuasiva.

Situación comunicativa de Marcos	Intención clave	Lenguaje requerido (exposición o argumentación)
1. Presentar las cifras de consumo energético a la prensa en una tabla de datos sin opinar.	Certificar un hecho	
2. Defender su Plan de Eficiencia Energética ante el Comité de Dirección de la empresa.	Justificar una postura	

Marcos sigue concentrado en reunir estrategias que pueda aplicar en la presentación oral de su informe ante el Comité de Dirección. Él sabe que se puede abrir un gran debate, que un gran sector del Comité de Dirección ve el Plan de Eficiencia como un gasto innecesario que reducirá los beneficios solo a corto plazo.

Actividad

Marcos cree que el informe que ha redactado es denso porque está lleno de porcentajes y términos complejos. Su misión es presentarlo ante el Comité de Dirección. Si lo lee tal cual, los directivos se desconectarán a los dos minutos. Ahora quiere asegurarse de que proporciona los datos clave que ayuden al Comité a apoyar su Plan de Eficiencia.

Conocimientos previos

Recuerda alguna exposición o charla a la que hayas asistido donde el presentador se limitó a leer un texto largo proyectado en la pantalla o un papel. ¿Qué sentiste a los cinco minutos de empezar la charla? ¿Fuiste capaz de recordar los datos importantes una hora después?

¿Por qué crees que nuestra mente se desconecta cuando alguien "lee" en lugar de "explicar"?

Imagina que un amigo te pregunta de qué trató la última película que viste, pero solo tienes diez segundos para responder antes de que se vaya. ¿Intentarías contarle todos los detalles o solo le dirías las tres cosas más importantes?

¿Por qué es más útil dar un "titular" corto que intentar explicar cada cifra o detalle de un informe?

Un texto expositivo escrito es inherentemente denso. Simplemente leerlo en voz alta sin interpretación es la vía más rápida para desconectar a la audiencia. Se requiere una traducción del texto escrito a un formato oral digerible.

A continuación, se presentan técnicas para mejorar su exposición.

A. Evitar la lectura rígida

El presentador debe interpretar y resumir el contenido. Esto implica transformar oraciones complejas (con incisos y subordinadas) en frases cortas y directas, enfocándose en la relación sujeto-verbo-complemento.

B. Priorizar la información clave

El tiempo oral es limitado. Un presentador solo puede ofrecer entre **dos y tres cifras clave** por minuto de exposición. Es crucial seleccionar solo los hallazgos más significativos de un informe y centrar la exposición únicamente en ellos.

3. Técnicas de memoria y titulares

Para garantizar la máxima claridad y retención, se recomienda utilizar dos técnicas de síntesis: la regla del 3 y el titular (Headline).

La regla del 3

Consiste en seleccionar los **tres hallazgos, cifras o conclusiones más importantes** del informe y estructurar toda la presentación oral en torno a ellos.

- **Fundamento:** la mente humana tiene una capacidad superior para recordar y organizar la información presentada en tríadas. Limitar el foco a tres puntos previene la sobrecarga informativa.

El titular (Headline)

Cada hallazgo clave seleccionado (a través de la Regla del 3) debe ir acompañado de un titular o "*Headline"* de **no más de cinco palabras**.

- **Ejemplo:** en lugar de decir "El consumo subió en junio", decir: "Demanda pico histórica".
- **Propósito:** este titular asegura que la esencia del dato se encapsule en una frase memorable y lista para ser utilizada por la audiencia (periodistas o ejecutivos) en sus propias notas o reportes.
- **Requisito:** el titular debe ser conciso, activo y capturar el significado principal de la métrica.

Desarrollo

El informe de Marcos menciona el consumo operativo (45%), sistemas de soporte (40%), residuos (15%), sensores, protocolos ze*ro-standby,* aislamiento, incrementos del 22%, etc. Es demasiada información para el oído humano.
Instrucciones: Selecciona los **3 puntos únicos** del informe que consideres vitales para que el Comité apruebe el Plan. Olvida el resto.

Este era el informe que redactó Marcos:

Informe de consumo energético y justificación del Plan de Eficiencia

Este informe presenta los resultados de la auditoría de consumo energético realizada en las instalaciones de la empresa durante el último trimestre. El objetivo es proporcionar al Comité de Empresa una base científica y objetiva que demuestre la necesidad de adoptar el nuevo **Plan de Eficiencia Energética***. Los datos analizados revelan que el modelo actual de consumo es insostenible tanto financiera como operativamente debido a la falta de protocolos de control automatizados.*

En el contexto de nuestra infraestructura, definimos la **"Carga de Inactividad Crítica"** *como el consumo de energía que se produce fuera del horario productivo (noches, fines de semana y festivos). Esta carga incluye tanto el "consumo fantasma" de equipos de*

oficina como el mantenimiento innecesario de sistemas de climatización en áreas no ocupadas de la planta.

El consumo energético de nuestra empresa se clasifica en tres categorías principales según su uso final en la infraestructura:

- **Consumo operativo (45%):** *energía utilizada directamente en la maquinaria de producción y servidores centrales.*
- **Sistemas de soporte (40%):** *climatización (HVAC) e iluminación de las naves y oficinas.*
- **Residuo energético (15%):** *energía disipada en equipos en modo de espera y fugas térmicas por falta de aislamiento en la sección de logística.*

La falta de un sistema de gestión centralizado ha permitido que los sistemas de climatización operen a máxima potencia durante los picos de calor del trimestre, incluso en zonas de baja densidad de personal.

Se ha registrado un incremento del **22% en la factura eléctrica** *respecto al trimestre anterior. Este sobrecoste reduce directamente el margen de beneficio de la empresa y compromete la partida presupuestaria destinada a incentivos de productividad para el próximo año.*

El 15% del gasto energético actual es "energía muerta" que no aporta valor al proceso de fabricación. El sistema de iluminación manual actual genera un desperdicio del 30% en horas de luz natural.

La aprobación inmediata del **Plan de Eficiencia** *propone:*

7. **Sensores de presencia y lumínicos:** *reducción estimada del 25% en el gasto de iluminación.*
8. **Protocolo "zero-standby":** *instalación de regletas inteligentes para eliminar el consumo de inactividad.*
9. **Aislamiento térmico en logística:** *reducción del esfuerzo de las máquinas de frío en un 12%.*

Los datos son concluyentes: la empresa está perdiendo recursos financieros en energía que no produce riqueza. El Plan de Eficiencia presentado no es un gasto, sino una inversión necesaria para recuperar el control sobre los costes operativos. La validación de este plan por parte del Comité de Empresa permitirá no solo cumplir con las normativas medioambientales vigentes, sino asegurar la viabilidad económica y la competitividad de nuestra planta a largo plazo."

Punto clave 1: _____

Punto clave 2: _____

Punto clave 3: _____

Ahora, para cada uno de los 3 puntos seleccionados arriba, crea un "Headline" de **máximo 5 palabras**. Debe ser activo y memorable.

Titular 1: _____

Titular 2: _____

Titular 3: _____

Moraleja

Reflexiona... Marcos, en la exposición, el éxito no está en lo que dices, sino en lo que la gente entiende. La adecuación es la clave: usar la **objetividad** solo cuando el objetivo es la **información pura**. Tu tarea es ser el canal más transparente posible entre el dato y el destinatario.

3 Tercer objetivo: estructura y organización de los mensajes orales.

Un mensaje expositivo busca transmitir conocimiento de manera clara y precisa. A diferencia de la **persuasión**, el objetivo principal aquí es que la audiencia **asimile y retenga** la información (especialmente los datos clave).

La eficacia de un mensaje oral expositivo (como informes, comunicación de resultados o datos técnicos) reside en dos pilares inseparables: la estructura lógica y la ejecución física. Dado que la audiencia no puede retroceder en el tiempo, el orador debe compensar la falta de títulos y subtítulos escritos mediante señales vocales y organizativas constantes.

La entrega se enfoca en cómo el orador presenta la información (voz y cuerpo), siendo crucial para la credibilidad y la retención del contenido. En contextos expositivos, la entrega debe reforzar la objetividad y guiar la atención.

Para que el informe de eficiencia energética tenga el máximo impacto, la forma en que se presenta es tan importante como los datos. Son técnicas de “Paralenguaje”.
Aquí tienes un resumen simplificado de las técnicas clave:

1. **La pausa estratégica** (el silencio que enseña)
   ¿Qué es? **Detenerse** 2 o 3 segundos justo después de decir un dato importante
   ¿Para qué sirve? Da tiempo a la audiencia para procesar la información y "digerir" la gravedad de la cifra.
2. **Énfasis vocal** (la guía del oído)
   ¿Qué es? **Cambiar el volumen o la velocidad** al pronunciar palabras clave o números críticos.
   ¿Para qué sirve? Es como usar un subrayador amarillo, pero con la voz. Le dice al público: "¡Atención a esto!".
3. **Claridad y proyección** (facilidad de escucha)
   ¿Qué es? **Hablar un poco más lento de lo normal y pronunciar** cada letra con nitidez.
   ¿Para qué sirve? Hace que los términos técnicos o las cifras complejas sean fáciles de entender sin que la audiencia tenga que esforzarse mentalmente.
4. **Control corporal** (la imagen de autoridad)

¿Qué es? **Estar tranquilo y usar las manos solo para reforzar** lo que dices (por ejemplo, señalar un gráfico o enumerar puntos).

¿Para qué sirve? Elimina distracciones y proyecta seguridad. Si tú pareces seguro, tu plan parecerá seguro.

Resumen en una frase: **Usa el silencio para que piensen, la voz para destacar, la claridad para que entiendan y tu cuerpo para que confíen**.

El oyente no puede retroceder la información que vas contando, por lo que la estructura debe ser anunciada y reforzada constantemente para evitar la desorientación del público.

Una presentación de datos eficaz debe tener una introducción, un desarrollo y una conclusión (I-D-C), pero debe incorporar constantemente técnicas de cohesión para mantener a la audiencia orientada en cada momento.

1. **Introducción:**
    - **Función:** capturar la atención y establecer el "Mapa" Del contenido.
    - **Contenido:** tema central, objetivo del informe y **pre-anuncio** de las secciones.
2. **Desarrollo:**
    - **Función:** presentar los datos, la evidencia y los hallazgos principales, punto por punto.
    - **Contenido:** presentación lógica de las secciones, usando transiciones y **recapitulaciones** al final de cada bloque.
3. **Conclusión:**
    - **Función:** sintetizar y cerrar el mensaje.
    - **Contenido:** resumen conciso de los 2 o 3 puntos más importantes (sin introducir nueva información).

Esta tabla te ayuda a usar "palabras puente" para que quien te escuche no se pierda y entienda bien tu mensaje.

Qué quieres hacer	Cuándo usarlo	Ejemplo sencillo
Avisar lo que viene	Úsalo justo antes de contar algo importante o empezar un tema nuevo.	"Ahora vamos a ver porqué… "
Hacer un resumen	Úsalo cuando termines de explicar algo para "cerrar" la idea.	"En pocas palabras…"
Hacer una lista	Úsalo para poner orden cuando tengas varias razones o puntos.	"Hay tres claves: Primero... segundo... y por último..."

Cambiar de bando	Úsalo cuando vas a decir algo que es lo contrario de lo que dijiste antes.	"Ya vimos que…, **pero** por otro lado..."

¿Por qué usarlos?

Imagina que estas palabras son como las **señales de tráfico**:

- El **aviso** es una flecha que dice "por aquí".
- El **resumen** es la señal de "llegada".
- La **lista** son los números de los carriles.
- El **cambio** es una señal de "curva" o sentido contrario.

Desarrollo

Como ya sabes, Marcos está a punto de presentar oralmente el informe de Consumo Energético ante el **Comité de Dirección**. Su objetivo es que la audiencia capte los datos clave sin aburrirse.

Una vez vista la teoría anterior, indica la acción requerida de Marcos para cada situación al presentar el informe:

Acción requerida en la presentación oral	**Indica qué debe hacer Marcos**
Marcos necesita que la audiencia **asocie inmediatamente el dato del incremento del *22% en la factura eléctrica*** con su grave significado.	
Marcos va a pasar del tema del *consumo energético de la empresa al incremento del consumo energético por la falta de un sistema de gestion centralizado* y necesita que la audiencia **no se pierda en la transición**. Marcos ha citado el dato de 25% en el gasto de iluminación y ahora debe **dar tiempo a la audiencia para que asimile y anote** la cifra crucial. Marcos acaba de terminar de explicar el concepto de "energía muerta" y debe **fijar el hallazgo principal** de esa sección antes de cambiar de tema.	

Moraleja

Reflexiona... Marcos, en este momento, no es un vendedor de ideas, sino un notario de hechos. Si quieres ser un **mensaje expositivo exitoso**, debes ser tan transparente como el cristal de una ventana. Tu mayor fortaleza no es tu elocuencia, sino tu rigor. **El dato es sagrado**.

La presentación oral de datos e informes de alto rigor técnico requiere exactitud en lo que se dice y no extenderse demasiado. El objetivo es garantizar que la audiencia, ya sean directivos o medios de comunicación, comprenda, registre y retenga la información clave sin caer en la confusión. La adecuación del mensaje reside en la priorización y la interpretación, no solo en la lectura.

Desarrollo

Marcos tiene la tarea de comunicar los resultados de un informe de 50 páginas. Solo dispone de **60 segundos** para la exposición y necesita garantizar que los periodistas se lleven solo la información más relevante y precisa.

Datos clave del informe (el material bruto a sintetizar):

1. **Satisfacción del cliente (NPS):** aumentó de 58 a 65, marcando el nivel más alto de la historia de la empresa.
2. **Índice de retención de clientes:** disminuyó del 85% al 78% debido a problemas en el servicio post-venta.
3. **Lanzamiento de producto Z:** generó un aumento inesperado del 45% en nuevos usuarios durante el trimestre.

Crea un titular (*Headline*) de no más de 5 palabras para cada uno de los datos clave

Headline 1:

Headline 2:

Headline 3:

Marcos ha redactado ya el guion que debe leer. Su guion es:

1. **Conciso:** no supera las 120 palabras (aproximadamente 60 segundos de lectura lenta).
2. **Expositivo:** solo presenta los datos, sin argumentar ni dramatizar.

A Marcos le faltan las **indicaciones de paralenguaje** y los titulares que has elaborado antes.
Completa el guion con los titulares que has elaborado y marca claramente dónde Marcos debe aplicar pausas o énfasis en la velocidad para cumplir con el objetivo de refuerzo cognitivo. Indica también el tono que debe usar durante su lectura.

Guion de Marcos

Tono:

"Buenos días a todos. A continuación, presentamos los tres hallazgos más significativos del informe trimestral.

*Nuestro primer punto es: **[Insertar Headline 1*** _____ *Los datos confirman que el índice de satisfacción del cliente (NPS) ha alcanzado un máximo histórico, pasando de 58 a 65.*

El segundo punto clave es: ***[Insertar Headline 2_____*** *La estrategia de lanzamiento del producto Z fue excepcionalmente efectiva, resultando en un aumento del 45% de nuestra base de nuevos usuarios.*

Finalmente, el tercer hallazgo es: ***[Insertar Headline 3 _____****. Hemos logrado una significativa gestión financiera con* la reducción de nuestra deuda a largo plazo en $5 millones. “

Tono:

Moraleja

Reflexiona... Marcos, en la exposición, el éxito no está en lo que dices, sino en lo que la gente entiende. La adecuación es la clave: usar la **objetividad** solo cuando el objetivo es la **información pura**. Tu tarea es ser el canal más transparente posible entre el dato y el destinatario.

5. El texto argumentativo escrito.

Objetivos de aprendizaje

1 Primer objetivo: estrategias de organización y planificación de ideas.
2 Segundo objetivo: conectores y recursos de cohesión.
3 Tercer objetivo: los propósitos que persigue el texto argumentativo.
4 Cuarto objetivo: tipos de textos argumentativos.

“La misión de Marcos: convencer del beneficio económico de su Plan de Eficiencia Energética, transformando los datos objetivos en un argumento de acción.”

Marcos, el director de comunicación, ya presentó el informe objetivo con los datos de consumo (texto expositivo). Ahora, su verdadero desafío es redactar la defensa de su Plan de Eficiencia Energética. Aquí, las reglas cambian: el objetivo no es la neutralidad, sino convencer al Consejo de Dirección de que su Plan es necesario y beneficioso.

Actividad

La misión de Marcos cambia: ya no informa sobre el consumo energético, sino que debe convencer al Consejo de Dirección de que su Plan de Eficiencia es la mejor decisión económica.

Conocimientos previos

Si un cartel publicitario en la calle anuncia que una vitamina es buena, ¿le harías el mismo caso que si te lo dice un artículo en una revista de divulgación médica? ¿Qué componente crees que está fallando en el cartel publicitario?

Recuerda la última vez que intentaste convencer a alguien de algo y no lo lograste. ¿Te faltó dar un dato real, entender qué sentía la otra persona o quizás no supiste responder a su "pero"?

APRENDEMOS

1 Primer objetivo: estrategias de organización y planificación de ideas.

El texto argumentativo se distingue del expositivo por su objetivo central: no solo informar, sino **convencer y generar una acción o cambio de postura** en la persona que lo lee. Requiere una estrategia deliberada, donde la razón (datos) se utiliza como herramienta de persuasión, no como un fin en sí mismo.

La argumentación exitosa se basa en la estrategia. Se trata de cómo presentar las ideas para asegurar que el receptor no solo las entienda, sino que las acepte.

La tradición clásica define la persuasión efectiva como el equilibrio de tres componentes esenciales.

- **Datos (**Logos**): estadísticas, hechos, lógica formal y evidencia empírica** para construir el argumento.
- **Credibilidad (**Ethos**):** El componente ético o de carácter. Se establece a través de la **autoridad, reputación, experiencia y el buen juicio** que proyecta el emisor.
- **Emoción (**Pathos**):** El componente emocional. Es la **apelación a los sentimientos, valores, miedos o deseos** del receptor. Se usa para conectar la propuesta con algo que al receptor le importa profundamente (ej. seguridad, justicia, ahorro).

Todo texto argumentativo formal sigue una estructura probada para maximizar su impacto persuasivo, basándose en cuatro pilares:

1. La tesis (tu "gran verdad")

Es la idea que quieres que los demás acepten. No es un tema general, es una postura.

En sencillo: Es tu titular. Debe ser una frase que se pueda responder con un "estoy de acuerdo" o "no lo estoy".

2. El escudo (argumentos y pruebas)

Son los pilares que sostienen tu verdad. No basta con decir "porque yo lo digo", necesitas tres tipos de refuerzos:

El experto (autoridad): "Lo dice la Universidad de Harvard".

El número (datos): "8 de cada 10 empresas prefieren este modelo".

La comparación (ejemplo): "A la empresa X le funcionó y duplicó sus ventas".

3. El golpe de gracia (anticiparse al "pero...")

Esta es la parte más inteligente. Consiste en adivinar qué te van a criticar y responderlo antes de que te lo digan.

Contraargumento: Lo que tu crítico piensa ("Pero…").

Refutación: Tu respuesta con pruebas ("Al contrario, los estudios muestran que…").

¿Para qué sirve? Para que parezca que ya has pensado en todo y nadie pueda pillarte desprevenido.

4. El cierre (llamada a la acción)

No te vayas sin decir qué hay que hacer ahora.

En sencillo: Repite tu idea principal con fuerza y dile al lector qué paso dar.

La siguiente tabla presenta un esquema de los cuatro pilares del texto argumentativo formal:

Pilar	¿Qué es?	En palabras simples...
Tesis	Idea central	Lo que quiero demostrar.
Argumentos	Pruebas	Por qué tengo razón (Datos + Expertos).
Refutación	Defensa	"Ya sé lo que vas a decir, y aquí está mi respuesta".
Conclusión	Remate	"Por eso, haz esto ahora".

Para convencer a alguien, no solo importa qué dices, sino en qué orden lo dices. Aquí tienes las dos formas principales de organizar tu discurso:

1**. Estructura deductiva** (ir al grano): dices la conclusión al principio y luego explicas por qué. Útil cuando tu público confía en ti o tiene poco tiempo.

Efecto: impacto directo y claridad total desde el segundo uno.

2. Estructura inductiva (el camino de migas de pan): empiezas con datos, ejemplos y pruebas, y dejas la conclusión para el final. Útil cuando el público es difícil, escéptico o no está de acuerdo contigo.

Efecto: la conclusión parece "inevitable". El lector siente que ha llegado a ella por sí mismo gracias a tus pruebas.

Independientemente de la estructura que elijas, los argumentos dentro de ella deben seguir el principio de la fuerza creciente **(táctica del "clímax")**:

- Argumento débil: para empezar a calentar.
- Argumento medio: para reforzar la base.
- Argumento fuerte (el golpe final): el dato irrefutable, la estadística clave o la prueba maestra.

¿Por qué este orden? Porque nuestra memoria funciona mejor con lo último que escucha. Si terminas con tu argumento más flojo, la sensación final será de duda. Si terminas con el más fuerte, el receptor se queda con una sensación de verdad absoluta.

Resumen en una frase:

Si te creen, **empieza por la conclusión**; si no te creen, **termina con ella**; pero siempre guarda tu mejor bala para el final del bloque de argumentos.

Desarrollo

Marcos está planificando y organizando las ideas para redactar su discurso para la defensa del Plan de Eficiencia Energética.

Estas son las ideas de su defensa:

- Mostrar el éxito de planes similares en otras empresas.
- *"Por todas las evidencias presentadas, la aprobación de este Plan no es una opción, sino una inversión estratégica y urgente para la sostenibilidad empresarial."*
- Citar estudios de organismos reconocidos (ej. Banco Mundial)
- *"El Plan es caro de implementar."*
- *"La implementación inmediata del Plande Eficiencia Energética reducirá el gasto en un 15% en los próximos tres años."*
- Usar los datos de consumo de su informe expositivo anterior
- *"El coste inicial se compensa con el ahorro proyectado en 18 meses."*

Ayúdale a organizar estas ideas. Para ello, escribe la idea en la casilla de la tabla que le corresponda:

Tesis	
Argumento de autoridad:	
Argumento de datos/estadístico	
Argumento de ejemplo/analogía	
Contraargumentos	
Refutación	
Conclusión	

Pregunta: como el Comité de Dirección es escéptico, ¿qué tipo de estructura debe usar Marcos: inductiva o deductiva?

Actividad

Marcos ahora quiere establecer el control sobre el ritmo lógico y el peso persuasivo de cada frase para pasar de un discurso que simplemente dice a un discurso que convence. Para ello, debe usar estratégicamente los conectores.

Conocimientos previos

Imagina que un amigo te dice: *"Eres muy inteligente, pero no te esfuerzas"* vs. *"No te esfuerzas, pero eres muy inteligente".* ¿Cuál de las dos frases es más positiva? ¿Crees que la palabra que usamos para conectar ideas puede manipular cómo nos sentimos?

La estrategia del *"sí, pero...".* ¿Alguna vez has usado la frase *"¿Tienes razón, pero..." para suavizar una crítica o para que alguien no se enoje contigo al llevarle la contraria?* ¿Por qué crees que es más efectivo aceptar una parte de la verdad del otro antes de dar tu propia opinión?

APRENDEMOS

2 Segundo objetivo: conectores y recursos de cohesión.

Si en la exposición el objetivo es informar (usando conectores de adición y secuencia), en la argumentación el objetivo es **persuadir**. Esto requiere conectores que enfaticen la posición, introduzcan una objeción o anuncien la conclusión lógica.

Aquí tienes los ejemplos más útiles divididos por su función:

Si quieres...	**Usa estas palabras (Ejemplos)**
Lanzar tu idea (Tesis)	"En mi opinión...", "Nuestra propuesta es...", "A mi juicio..."
Listar razones (Argumentos)	"En primer lugar...", "Además...", "Es fundamental señalar que..."

Poner un "pero" (Oposición)	"Sin embargo...", "No obstante...", "Por el contrario..."
Explicar el porqué (Causa)	"Porque...", "Ya que...", "En vista de que..."
Dar un golpe de efecto (Énfasis)	"De hecho...", "Es decir...", "Cabe destacar..."
Cerrar el trato (Conclusión)	"En definitiva...", "Por todo lo expuesto...", "En conclusión..."

El truco maestro: concesión + refutación

Esta es la técnica más elegante para ganar una discusión sin parecer agresivo. Se hace en dos pasos:

Paso 1: El "Te entiendo" (Concesión)

Reconoces que el otro tiene algo de razón para ganar credibilidad.

Palabras clave: "Si bien...", "Es verdad que...", "Aunque es cierto que..."

Paso 2: El "Pero yo tengo razón" (refutación)

Inmediatamente después, lanzas tu argumento ganador que anula lo anterior.

Palabras clave: "...sin embargo,", "...aun así,", "...de todas formas."

Ejemplo aplicado:

"*Aunque es verdad que estudiar de noche cansa (Concesión), sin embargo, es el momento donde hay menos distracciones y el cerebro se concentra mejor (Refutación).*"

En resumen:

Para informar: usas "y", "luego", "después" porque ofreces información.

Para convencer: usas "por el contrario", "de hecho", "en definitiva" porque quieres convencer.

Desarrollo

Marcos se enfrenta al Comité de Dirección de su empresa, donde sabe que hay oposición. Su objetivo es asegurar el voto favorable, demostrando credibilidad y lógica irrefutable.

Tarea 1: neutralizar la objeción (estrategia de la concesión)

El principal argumento en contra de su Plan de Eficiencia Energético es su **coste inicial de implementación**, que la oposición tacha de "excesivo". Marcos no puede ignorar este punto; debe reconocerlo para ganar credibilidad, pero luego debe anular su impacto.

Completa el siguiente extracto del discurso de Marcos usando los conectores más adecuados para la concesión (fase 1) y la refutación (fase 2).

Extracto para completar:

"Estimados miembros del Comité, (1)_____ la inversión inicial de este plan de eficiencia energética puede parecer elevada en el presupuesto actual, (2)_____, este desembolso debe entenderse como un movimiento estratégico, ya que el retorno de la inversión está garantizado en menos de 18 meses mediante el ahorro operativo directo."

Tarea 2: construir el clímax persuasivo (refuerzo y cierre)

Marcos tiene tres argumentos clave para impulsar la aprobación de su Plan. Debe presentarlos de forma que la necesidad de aprobarla parezca la única conclusión lógica.

Completa el siguiente extracto conectando los tres argumentos con un conector de adición, énfasis y cierre para conseguir un impacto máximo.

Extracto para completar:

"Para profundizar en por qué este es el camino correcto, debemos considerar los siguientes pilares:

Este plan reducirá nuestro consumo eléctrico en un 40% de forma inmediata. **(1)**_____, optimizará la vida útil de nuestra maquinaria al reducir el estrés térmico de los equipos.

(2)_____, la implementación de estas medidas nos otorgará la Certificación Verde, lo que nos posiciona con una ventaja competitiva única ante nuevos inversores y clientes institucionales.

(3)_____,, no estamos ante un gasto que debamos evitar, sino ante una mejora estructural que garantiza la sostenibilidad financiera de la compañía a largo plazo; por todo ello, les solicito su aprobación para iniciar la fase uno de inmediato."

Actividad

Marcos necesita terminar la redacción de su discurso con una llamada a la acción fuerte y clara para asegurar el voto final y no solo la comprensión.

Conocimientos previos

Imagina que envías un mensaje a un amigo diciendo: *"La película X está en cartelera y es muy buena."* Luego, envías otro mensaje: *"La película X está en cartelera y es muy buena.* ***Vamos a verla mañana a las 7 PM."***

¿Cuál de los dos mensajes tiene más probabilidades de generar una respuesta inmediata y por qué?

APRENDEMOS

3 Tercer objetivo: los propósitos que persigue el texto argumentativo.

El texto argumentativo es una herramienta de influencia y para lograr convencer, necesitas tres herramientas lógicas:

- Justificar: dar pruebas sólidas (datos, leyes, lógica) para demostrar que tienes razón.

- Refutar: desmontar los argumentos del otro. No basta con decir que tú estás bien; hay que demostrar por qué el otro se equivoca.

- Debatir/Dialogar: abrir el tema a examen, mostrando que has considerado diferentes ángulos.

La clave del éxito: la llamada a la acción (CTA)

Un argumento excelente que no pide nada es un argumento desperdiciado. La CTA (*Call to Action)* es el momento donde la persuasión se convierte en realidad.

Comparativa de finales:

Tipo de Cierre	Qué hace	Resultado
Cierre débil (error)	Solo resume lo que ya dijiste.	El lector dice "ajá, tienes razón", pero se va a su casa y no hace nada.
Cierre fuerte (éxito)	Pide algo concreto e inmediato.	El lector sabe exactamente qué paso dar a continuación.

Cómo redactar una CTA potente

Usa palabras que indiquen **obligación**, **necesidad** o **mandato**. No sugieras, ordena o insta con determinación:

Mal: "Sería bueno considerar el voto..."

Bien: "Es imperativo que voten", "Debemos actuar", "Instamos a la dirección a aprobar".

En resumen:

La argumentación es un viaje que comienza con justificaciones, sigue derribando dudas del oponente y termina exigiendo una acción clara.

Desarrollo

Marcos debe finalizar su argumentación con una conclusión poderosa que obligue al Comité de Dirección a actuar.

Marcos concluye: *"Hemos demostrado que el Plan de Eficiencia Energética es la mejor opción para el futuro de la empresa."*

Pregunta de reflexión: ¿qué le falta a esta conclusión para ser una llamada a la acción (CTA) fuerte y efectiva?

Ahora, escribe una frase de conclusión teniendo en cuenta que la acción que Marcos requiere es que el Comité de Dirección apruebe su Plan de Eficiencia Energética

Tu frase debe incluir lo siguiente:

- Un **verbo imperativo/de obligación**
- Una **acción específica**
- Un **plazo/momento**

Desenlace

Marcos tuvo que pasar de ser un analista a un **arquitecto de la persuasión**, utilizando herramientas como la **estructura inductiva** para audiencias escépticas y la **estrategia de concesión-refutación** para neutralizar objeciones y reforzar su credibilidad. El texto argumentativo, por tanto, no es un formato, sino un **mecanismo de influencia** cuyo éxito culmina en una inevitable Llamada a la Acción (CTA) que define la realidad.

Moraleja

Los datos solo informan; la estrategia argumentativa es la que realmente mueve a la acción, transformando el conocimiento en una decisión ineludible.

6. El texto argumentativo oral: la acción de convencer

Objetivos de aprendizaje

1 Primer objetivo: factores que modulan el discurso oral.

2 Segundo objetivo: la estructura y planificación de la intervención.

3 Tercer objetivo: tipos de intervención oral.

"La misión de Marcos: presentar su Plan de Eficiencia ante el Comité de Dirección"

Una vez redactado su discurso argumentativo, Marcos debe enfrentarse a su presentación oral ante el Comité de Dirección. La audiencia es reducida y crítica. Un texto escrito da tiempo para la reflexión; pero un discurso oral exige inmediatez, carisma y manejo del escenario.

Actividad
Diseñar las estrategias de credibilidad y emoción para el discurso de Marcos, integrando los factores no verbales y paralingüísticos en la estructura retórica. En este caso, Marcos se centra en cómo usar su cuerpo y el espacio para su discurso argumentativo.

Conocimientos previos

¿Alguna vez has escuchado a alguien dar un discurso o una explicación donde sus palabras decían una cosa (p. ej., "estoy muy seguro de este proyecto"), pero su cuerpo o su voz decían otra (p. ej., voz temblorosa, hombros caídos, mirada al suelo)?

¿A qué le diste más importancia en ese momento: a lo que decía el mensaje o a cómo se veía y escuchaba la persona? ¿Por qué crees que nuestra mente suele confiar más en los gestos que en las palabras?

Imagina que un orador está a punto de revelar una cifra impactante o una conclusión definitiva y, justo antes de hacerlo, se queda en silencio durante tres segundos mirando fijamente a la audiencia.

¿Qué efecto crees que tiene ese silencio en la atención del público en comparación con un orador que habla rápido y sin pausas? ¿Consideras que el silencio es "tiempo perdido" o una herramienta de control?

APRENDEMOS

1 Primer objetivo: factores que modulan el discurso oral.

El discurso argumentativo oral exige inmediatez, carisma y un manejo consciente de los canales de comunicación, ya que el público no tiene tiempo para la reflexión pausada. Como ya hemos visto anteriormente, la efectividad se basa tanto en el **contenido** como en la **credibilidad** y la **emoción** proyectadas.

La comunicación persuasiva se transmite simultáneamente a través de **tres canales.** En la interacción oral, los canales no verbales y paralingüísticos son más influyentes que las palabras mismas, pues proyectan la credibilidad y la emoción del emisor.

Canal	Descripción	Impacto persuasivo
Verbal	El contenido lógico (palabras, tesis, argumentos, refutaciones).	El *qué* se dice.
No-verbal	El cuerpo (gestos, postura, mirada, movimiento).	Proyecta **Ethos** (credibilidad) e intención.
Paralingüístico	La voz (tono, volumen, ritmo, pausas).	Da color, emoción y énfasis al mensaje (**Pathos**).

A. **Factores no verbales (el cuerpo)**

Estos elementos gestionan la primera impresión y el mantenimiento de la atención:

- **Manejo del espacio (proxémica:** el movimiento en el escenario o el atril debe ser intencionado, evitando la rigidez. Ocupar el centro del escenario al exponer la tesis principal refuerza el mensaje.
- **Lenguaje corporal(kinesia):**
  - **Postura:** erguida, proyectando seguridad.
  - **Gestos:** deben ser abiertos (brazos sin cruzar) y congruentes, siempre apoyando el significado de lo que se dice (ej., un gesto amplio al hablar de un gran beneficio).
- **Contacto visual:** es fundamental mantener un contacto visual breve (uno o dos segundos) con diferentes personas de la audiencia para generar conexión y credibilidad.

B. Factores paralingüísticos (la voz)

Estos factores son cruciales para el ritmo y el énfasis del discurso:

- **Ritmo y pausas:** hablar ligeramente más lento que en una conversación normal. Las **pausas** son estratégicas, ya que generan expectativa o enfatizan una cifra crítica. El silencio actúa como un aliado persuasivo, dando tiempo al público para registrar la información importante.
- **Volumen:** variar la intensidad de la voz. Elevar ligeramente el volumen para datos cruciales o la conclusión, y bajarlo para confidencias o contraargumentos refutados, creando un efecto de complicidad.

- **Entonación:** usar la melodía de la voz para distinguir diferentes secciones del discurso (argumentos, refutaciones, conclusiones o preguntas retóricas).

Coherencia no verbal (evitar la disonancia)

La **disonancia no verbal** se produce cuando el cuerpo o la voz contradicen el mensaje verbal. La credibilidad se pierde inmediatamente. El orador debe asegurarse de que sus gestos y su tono refuercen la intención persuasiva de su contenido (logos).

2. Estructura y planificación de la intervención oral

El discurso oral persuasivo se basa en el modelo de la retórica clásica, diseñado para la gestión de la atención y la memorización:

Fase retórica	Objetivo	Recursos y estrategia
Apertura	**Captar la atención** en los primeros 30 segundos y establecer la tesis.	Usar una anécdota, una pregunta retórica impactante o una estadística sorprendente.
Desarrollo	**Presentar argumentos** de forma clara y priorizar la sencillez.	No leer. Usar tarjetas o puntos clave para mantener un tono conversacional.
Cierre	Reforzar la tesis, apelar a la **emoción** y dejar una Llamada a la Acción (CTA) clara e inolvidable.	Resumen emotivo que apele a valores (futuro, responsabilidad, etc.). La CTA debe ser la consecuencia lógica.

Desarrollo

Ayuda a Marcos a diseñar las estrategias de credibilidad) y emoción para su discurso, integrando los factores no verbales y paralingüísticos en la estructura retórica.

Completa las tablas que se presentan a continuación para establecer las estrategias del discurso.

Marcos debe entrar en la sala, ir al atril y captar la atención en los primeros 30 segundos, estableciendo su credibilidad y seguridad.

Momento de la apertura	Estrategia (no verbal)
Postura:	**Subraya una**: rígida detrás del atril / erguida con manos visibles

Gestos:	**Subraya uno**: brazos cruzados / manos que acompañan la palabra

Durante el desarrollo, Marcos debe presentar el dato más contundente: "*"La ineficiencia actual ha provocado que la factura eléctrica suba un 22% durante el último trimestre a nuestra empresa*."

Momento del dato clave	Estrategia (paralingüística)
Velocidad de habla	**Subraya una:** (hablar rápido y fluido / hablar lento y marcado) al enunciar el "22%".
Pausa estratégica	**Indica dónde debe hacer un silencio de 1-2 segundos:**
Volumen	**Subraya una**: (elevar ligeramente el volumen / bajar ligeramente el volumen) al decir "22%".

Actividad

Un discurso oral exige una planificación precisa porque la audiencia solo tiene una oportunidad para escuchar y reaccionar.

Conocimientos previos

Imagina que tienes que pedirle permiso a alguien para hacer algo importante (un viaje, una compra grande, o un día libre en el trabajo). Sabes que si empiezas mal, perderás la oportunidad. ¿Por qué es un error fatal empezar directamente con la petición ("*Quiero que me dejes ir...")?*

¿Qué usas tú en los primeros momentos (una pregunta, una historia personal o un dato impactante) para obligar a la otra persona a **dejar de hacer lo que está haciendo** y dedicarte toda su atención y su confianza?

Piensa en una situación donde tu argumento tiene varios puntos fuertes (ejemplo: *"Necesito un aumento porque mi trabajo ha mejorado, porque mis responsabilidades han crecido y porque los salarios están subiendo").* ¿Por qué esta repetición constante y rítmica ayuda a que la idea principal se fije en la mente de tu audiencia y sienta que **todos tus argumentos son parte de una sola verdad**?

Ya has presentado todos tus datos, pruebas y razones lógicas. Ahora necesitas que la persona tome una decisión y actúe. ¿Qué crees que debes hacer: repetir el último dato técnico que diste o apelar a sentimientos o valores grandes (el futuro, la seguridad familiar, el bien común)?

APRENDEMOS

2 Segundo objetivo: la estructura y planificación de la intervención.

En esta sección, se presentan las tres fases de una presentación oral moderna y los recursos clave a utilizar para cada fase:

1. El inicio (la apertura)
Tienes solo 30 segundos para que no se distraigan.
Misión: enganchar y decir de qué vas a hablar (tu tesis).
Truco: empieza con un "gancho". No digas "Hola, voy a hablar de..."; mejor cuenta una historia corta, lanza una pregunta que les haga pensar o da un dato que les deje con la boca abierta.
Clave: aquí es donde demuestras que eres alguien en quien se puede confiar.

2. El cuerpo (el desarrollo)
Aquí es donde convences con lógica, pero sin aburrir.
Orden: di primero tu idea principal y luego explícala con pruebas (orden deductivo). Es más fácil de seguir.
Prohibido leer: usa fichas con palabras sueltas. Si lees, pierdes la conexión.
Maneja las críticas: si sabes que alguien va a poner una pega, menciónala tú primero ("Sé que esto parece caro, pero..."), acéptala un poco y luego explica por qué tu solución es mejor.

3. El final (el cierre)
Es lo último que recordarán, haz que valga la pena.
Misión: resumir lo importante y decirles qué tienen que hacer ahora (**Llamada a la acción**).
Truco: apela al corazón. Habla de valores, de responsabilidad o de un futuro mejor si siguen tu consejo.

El arma secreta: La Anáfora
La **anáfora** es repetir la misma palabra al principio de varias frases seguidas.
¿Por qué funciona?
Ritmo: suena como una canción o un martillo que clava la idea.
Memoria: ayuda a que la gente recuerde el concepto principal.

Fuerza: te hace sonar mucho más seguro de lo que dices.
Ejemplo:
"*Hoy* elegimos cambiar. *Hoy* elegimos avanzar. *Hoy* elegimos ganar."

En resumen: Abre con fuerza, explica con lógica (sin leer) y cierra con emoción pidiendo una acción clara.

Desarrollo

Marcos necesita que sus tres argumentos principales queden grabados en la mente de los Directivos. Para lograrlo, utilizará la anáfora (la repetición de una frase al inicio de cada argumento).

Tarea a realizar: elige una frase corta que sirva como el "martillo retórico" y luego complétala con los tres argumentos clave.

Completa la frase a repetir (el martillo retórico). Recuerda que el objetivo de Marcos es que el Consejo de Dirección de su empresa apruebe su Plan de Eficiencia que ha presentado tras realizar el informe.

"*Nuestra obligación hoy es*…

Ahora, usa la frase de martillo retórico como anáfora y añade los argumentos de Marcos. Para ello, cambia el sustantivo que está destacado en negrita por un verbo equivalente.

Argumento 1: ***eliminación*** *de sobrecostes operativos que están asfixiando nuestros márgenes, transformando cada euro desperdiciado en inversión directa para el crecimiento de la compañía*

Argumento 2: ***modernización*** *de nuestros procesos internos para recuperar la agilidad que el mercado nos exige, asegurando que nuestra empresa no solo compita, sino que lidere el sector con una estructura ligera y eficiente*

Argumento 3*:* ***protección*** *del futuro de esta empresa tomando decisiones valientes ahora, garantizando que el Plan de Eficiencia sea el cimiento sobre el cual construiremos los éxitos de la próxima década."*

Nuestra obligación hoy es (frase martillo retórico + argumento 1)

Nuestra obligación hoy es (frase martillo retórico + argumento 2)

Nuestra obligación hoy es (frase martillo retórico + argumento 3)

Actividad

Marcos sabe que cuando intente convencer al Comité de Dirección de su empresa de que aprueben se Plan de Eficiencia deberá enfrentarse a diferentes formatos de intervenciones (una exposición formal, un debate cara a cara, una ronda de preguntas). Cada formato exige una estrategia argumentativa distinta y ahora, debe anticiparse a estas situaciones.

Conocimientos previos

Piensa en las siguientes situaciones:

- **Situación A:** dar un discurso en una boda (tienes control total).
- **Situación B:** defender tu postura ante un amigo que te interrumpe y critica tus puntos (debate).

¿En cuál de las dos situaciones el control de tu **memoria** y tu **lenguaje corporal** es más importante (A o B)? ¿Y en cuál de ellas la **agilidad mental** para responder al instante se vuelve más crucial para no perder el hilo de tu argumento?

Imagina que acabas de entregar un trabajo muy importante (una tesis, un informe) y ahora tu profesor o jefe te hace una pregunta muy incómoda o con la intención de encontrar un error en tu lógica. Cuando te hacen una pregunta difícil, ¿crees que es una mala idea **reaccionar a la defensiva** o ignorar la pregunta por completo?

Según tu experiencia, ¿todas las discusiones buscan un "ganador"?

Si estás en una reunión con varios compañeros (un panel) donde todos tienen que contribuir a una solución colectiva. Si un compañero dice algo con lo que estás de acuerdo, ¿por qué es importante usar frases como "Como dijo Juan..." o *"Aporto a la idea de María...*" en lugar de ignorarlos y solo presentar tu propia idea? ¿Qué objetivo (ganar la discusión o colaborar en el conocimiento colectivo) marca esta diferencia de tono y cortesía?

APRENDEMOS

3 Tercer objetivo: habilidades clave en la argumentación oral.

La planificación de una argumentación oral debe considerar el formato específico en el que se desarrollará, ya que cada tipo exige una estrategia argumentativa, un **manejo del tiempo** y un nivel de **interacción** distintos.

En cualquier formato interactivo (debate, panel, defensa), existen dos habilidades clave:

1. **Escucha activa:** es la habilidad más valiosa. No solo se trata de oír lo que dice el interlocutor u oponente, sino de comprender la *intención* y la *debilidad lógica* subyacente de su argumento.
2. ***Timing* (manejo del tiempo):** la eficacia de la respuesta se define por el *timing*. La intervención debe ser **rápida**, pero siempre **precisa** y relevante.

Además, destacamos **la técnica del *Bridging* (construir un puente)** para conseguir los objetivos propuestos.

El **Bridging** es como un "desvío inteligente" en una conversación. Sirve desviar una pregunta incómoda o que no te ayuda, hacia lo que realmente te interesa y quieres contar.
En pocas palabras: pasar de **"lo que ellos quieren que hables"** a **"lo que tú necesitas decir"**.

Para aplicar esta técnica debes seguir 3 pasos:

Paso 1. El gancho (reconocimiento):
Cuando recibes el comentario o la pregunta que quieres desviar, no lo ignores (eso te haría parecer evasivo). Simplemente asiente con palabras. Por ejemplo: "*entiendo su preocupación por...*", "*es un punto interesante*...", "*mucha gente se pregunta eso*...".

Paso 2. El puente (transición):
Utiliza una frase "trampolín" para saltar de su pregunta a tu tema. Es el conector. Por ejemplo: "...*pero lo más importante aquí es*...", "...*sin embargo, el fondo del asunto es*...", "...*y eso nos lleva a lo que realmente importa*:".

Paso 3. La meta (refuerzo):
Ahora es cuando puedes expresar tu argumento. Aquí es donde brillas con tu mensaje central. Por ejemplo: *"...nuestro plan garantiza el éxito porque*...", "...*nuestro compromiso es con la calidad*...".

¿Por qué funciona? Porque es una técnica para decidir y controlar aquello de lo que se habla sin parecer defensivo.

Veamos, a continuación, un ejemplo práctico:

Pregunta difícil: "Marcos, ¿no es cierto que este plan es demasiado caro?"

- **Paso 1 (Gancho): "Es muy importante hablar de los recursos que vamos a emplear..."**
- **Paso 2 (Puente): "...pero más allá del gasto puntual, el punto clave que debemos** analizar hoy es..."
- **Paso 3 (Meta):** "...la rentabilidad del 200% que este Plan de Eficiencia generará en solo seis meses."

Desarrollo

Durante las preguntas y respuestas del Comité de Dirección, un miembro del comité lanza una pregunta incómoda:

Pregunta opositora*: "Marcos, todo este plan de reestructuración suena muy ambicioso, pero ¿no le preocupa que al cambiar los procesos operativos estemos*

descuidando el clima laboral y provocando una fuga de talento clave que no nos podemos permitir ahora mismo?"

Aplica la técnica del Bridging (construir un puente) para responder a esta objeción y redirigir el foco hacia la tesis principal de la Ley (el ahorro del 15% en el futuro).

Paso del Bridging	Escribe aquí la respuesta de Marcos que Marcos podría dar aplicando la técnica del Bridging
1. Reconocimiento (aceptar la pregunta)	
2. Transición (el puente)	
3. Refuerzo de tesis (reafirmar el argumento principal)	

Desenlace

Marcos se dirige al Comité de Dirección. Su presentación, lejos de ser la mera lectura de un informe es una coreografía diseñada al milímetro para persuadir.

Marcos comienza con una pregunta retórica:

"Estimados Directivos, ¿cuánto nos cuesta, en términos de crecimiento y credibilidad, la ineficiencia que aceptamos hoy?"

El volumen de su voz es grave y su ritmo lento, permitiendo que la pregunta se asiente. Ocupa el centro del escenario, proyectando seguridad (proxémica). Su postura es erguida, sus brazos abiertos (kinesia), sin disonancia con el mensaje de urgencia y preocupación

Al llegar a los argumentos clave, utiliza la anáfora preestablecida, convirtiendo los datos secos en una cadencia poderosa:

- *"Nuestra obligación hoy es eliminar los sobrecostes operativos que están asfixiando nuestros márgenes, transformando cada euro desperdiciado en inversión directa para el crecimiento de la compañía."*
- *"Nuestra obligación hoy es modernizar nuestros procesos internos para recuperar la agilidad que el mercado nos exige, asegurando que nuestra empresa no solo compita, sino que lidere el sector con una estructura ligera y eficiente."*
- *"Nuestra obligación hoy es proteger el futuro de esta empresa tomando decisiones valientes ahora, garantizando que el Plan de Eficiencia sea el cimiento sobre el cual construiremos los éxitos de la próxima década."*

La repetición martillea la idea del "deber" y la "responsabilidad" hasta hacerla indiscutible.

El momento más crítico llega con la pregunta del Directivo: *"Marcos, todo este plan de reestructuración suena muy ambicioso, pero ¿no le preocupa que al cambiar los procesos operativos estemos descuidando el clima laboral y provocando una fuga de talento clave que no nos podemos permitir ahora mismo?"*

Marcos aplica el *Bridging c*on precisión de cirujano.

1. **Reconocimiento:** *""Es una observación muy pertinente; el bienestar de nuestro equipo es, sin duda, una prioridad absoluta en cualquier cambio organizacional..."."* (Concede el punto menor)
2. **Transición:** *"...**pero** lo que realmente garantiza la estabilidad de nuestro talento y el futuro de sus puestos de trabajo es..."* (El puente).
3. **Refuerzo de tesis:** *"...la eliminación de esos sobrecostes operativos que hoy nos asfixian. Al transformar cada euro desperdiciado en inversión para el crecimiento, no solo salvamos nuestros márgenes, sino que construimos una compañía más sólida y competitiva para todos."* (Regreso firme al argumento central).

Para el cierre, Marcos apela a la esperanza y la visión estratégica de la compañía. Su ritmo se acelera ligeramente, su entonación se vuelve enérgica y su contacto visual se dirige directamente a los consejeros y accionistas clave.

- **El resumen emotivo:**

"*Compañeros del Comité de Dirección, el **Plan de Eficiencia Energética** no es solo una medida de ajuste; es la inversión más segura y responsable que podemos ejecutar hoy para garantizar el liderazgo de nuestra compañía y la rentabilidad que nuestros accionistas y empleados merecen*."

- **Llamada a la Acción:** su voz alcanza su punto de máxima firmeza, mientras cierra el puño sutilmente sobre la mesa en un gesto de determinación:

"¡Aprobemos hoy el camino hacia el crecimiento y recuperemos nuestros márgenes!"

El resultado:
El Comité de Dirección, impactado no solo por la solidez del informe, sino por la inquebrantable convicción y manejo escénico de Marcos, aprueba su Plan de Eficiencia Energética por una mayoría holgada. Su éxito no se debió solo a la calidad de su trabajo, sino a la maestría con la que entregó su mensaje.

Moraleja:
La misión de Marcos enseña una lección fundamental sobre la persuasión oral:

> **El verdadero poder de un argumento reside en su entrega, no solo en su contenido.** En la comunicación oral, el público olvida la mitad de lo que escucha, pero nunca olvida cómo le hiciste sentir. El **Logos** es el plano de la casa, pero el **Ethos** (tu credibilidad) y el **Pathos** (tu capacidad de

emocionar) son los materiales de construcción. Un orador completo no solo tiene datos; domina su cuerpo, su voz y el escenario, haciendo de cada palabra una acción intencionada.

En resumen: un informe escrito informa; un discurso oral transforma.

7. Autoevaluación.

Actividad 1. Los mensajes escritos: tipos de mensajes escritos y su intención comunicativa.

Objetivo
Diferenciar y analizar mensajes escritos, identificando su clase, género, estructura, registro, intención y tono según el contexto comunicativo.

Conocimientos básicos

- En un **informe técnico o científico**: ¿cuál es su **propósito principal** (informar o persuadir) y qué **tipo de público** suele ser su receptor objetivo?

Respuesta:

- ¿Y en un **discurso político?** ¿Cuál es su **propósito principal** (informar o persuadir) y qué **tipo de público** busca alcanzar?

Respuesta:

- En la construcción de un mensaje, se utiliza la **tercera persona** y la **primera persona**. Tercera persona: ¿qué **tono** (formal, informal, objetivo, subjetivo) sugiere y qué efecto tiene en la **objetividad** del mensaje?

Respuesta:

Respuesta:

Contexto: la dualidad de Marcos
Marcos debe gestionar dos mensajes opuestos sobre la **nueva Ley de Eficiencia Energética**:

1. **Marcos "el científico":** debe informar de la verdad técnica, con objetividad y rigor.
2. **Marcos "el político":** debe convencer y persuadir a los medios y al público de que la ley es beneficiosa.

A continuación, se presentan dos textos escritos por Marcos para audiencias diferentes.

TEXTO A:

DESTINATARIO: Dirección General de Planificación

Se certifica un aumento interanual del 8.5% en el consumo energético del sector industrial. Esta fluctuación se debe, principalmente, a la obsolescencia del 65% del parque de maquinaria pesada, cuya eficiencia opera en el rango de F-G según la normativa europea. Por consiguiente, el incremento proyectado del coste de la energía para el próximo quinquenio se estima en un 12%, lo cual impactará directamente en la competitividad estructural.

TEXTO B:

CONTEXTO: transmisión nacional tras la aprobación de la Ley.

Ciudadanos, seamos honestos. Los desafíos energéticos son reales. Sabemos que la inercia del pasado nos ha dejado con una maquinaria obsoleta. ¡Pero no vinimos a quejarnos! Vinimos a actuar. La Ley de Eficiencia no es un costo, es una inversión histórica para el futuro de nuestra industria y, lo más importante, de nuestros hijos. Nuestros competidores europeos ya están en esa nueva era. Es el momento de ser audaces, de dejar atrás el miedo y la pasividad. ¡El futuro es nuestro si nos atrevemos a construirlo juntos! Esta ley es el primer paso. ¡No para un quinquenio, sino para una generación!

Instrucciones:

1. Completa la siguiente tabla comparativa de análisis identificando los rasgos de cada texto:

Rasgo de análisis	TEXTO	TEXTO B
1. GÉNERO (tipo de escrito)		
2. INTENCIÓN PRINCIPAL		
3. AUDIENCIA / CONTEXTO		
4. REGISTRO		

5. ¿DATOS O EMOCIÓN? (proporciona ejemplos) **¿PRIMERA O TERCERA PERSONA?** (proporciona ejemplos)		

Actividad 2. El texto argumentativo escrito.

Objetivo

Aplicar los conocimientos sobre el texto argumentativo para redactar un mensaje con un propósito (persuadir/convencer) y un género (tipo de texto) específicos, demostrando el uso adecuado de recursos y registro.

Conocimientos básicos

- La función principal de un texto argumentativo es persuadir o convencer. Para ello, es importante que el destinatario identifique claramente la tesis. ¿Esta tesis debe ser identificada por el destinatario al principio o al final del texto? ¿Por qué?

Contexto
Marcos, el político, ha presentado la nueva Ley de Eficiencia Energética. Tras su discurso a la nación, necesita **gestionar una reacción clave** del público:

> "Los ecologistas celebran la ley, pero exigen que las metas sean mucho más ambiciosas y a corto plazo. **Quieren que el plazo pase de 5 años a 2 años."**

Instrucciones

Redacta el texto de la tabla. Tu texto debe tener una extensión aproximada de 150 a 200 palabras.

TIPO DE TEXTO ARGUMENTATIVO	ROL Y PROPÓSITO
Carta a la Dirección (de una ONG ecologista)	**Petición y negociación:** debes mostrar acuerdo con sus metas de ambición, pero argumentar la necesidad de un calendario gradual y realista, pidiendo su apoyo público.

Tu texto debe:

- **Reconocer el problema** (El alto coste de ir rápido, que pone en riesgo a las PyMEs).

- **Argumentar el progreso** (La Ley, aunque más lenta, alcanza el 92% de la meta).
- **Hacer una petición creíble** (Necesitamos vuestro apoyo para un plan que es bueno, aunque no sea perfecto ni inmediato).

Aquí tienes los datos que puedes usar para tu texto:

- dispararía la inversión a **4.500 millones de euros**
- 70% de la maquinaria obsoleta
- **cierre del 15% de las pequeñas y medianas industrias**
- calendario de **cinco años:** PyMEs acceder a financiación y planificar la transición sin colapsar.

Criterios de evaluación

Tu texto será evaluado según cómo reflejes las características del texto argumentativo del Punto 5 de la unidad:

1. **Tesis clara:** ¿se identifica una postura principal que quieres defender o refutar?
2. **Argumentos sólidos:** ¿presentas razones lógicas (Logos) y/o emocionales (Pathos) que apoyen tu tesis?
3. **Registro adecuado:** ¿el tono y el vocabulario son correctos para el género elegido?
4. **Conectores (cohesión):** ¿utilizas conectores de contraste (*sin embargo, por el contrario*), causa (*porque, puesto que*), o consecuencia (*por lo tanto, en consecuencia*) de manera efectiva?
5. **Cierre persuasivo:** ¿el texto termina con una conclusión o llamado a la acción que refuerza el propósito original?

Destinatario: Dirección Ejecutiva de Naturaleza Viva

Asunto: propuesta de calendario realista para la Ley de Eficiencia Energética

Estimados Sres. de la Dirección:

Actividad 3. Los mensajes orales: tipos de mensajes orales y su intención comunicativa.

Objetivo

Diferenciar y analizar mensajes orales, identificando su clase, género, estructura, registro, intención y tono según el contexto comunicativo.

Conocimientos básicos

- Como ya sabes, el **énfasis (acentuación)** es la fuerza que se aplica a ciertas palabras para destacar su importancia. ¿En qué tipo de discurso (argumentativo o expositivo) sería estratégico aplicar el énfasis principalmente en el **impacto o la consecuencia** de un hecho? ¿Y en qué tipo de discurso se aplicaría el énfasis principalmente en el **dato o la evidencia**?

Instrucciones

En esta actividad, debes analizar los factores de paralenguaje necesarios para indicarle a Marcos cómo leer sus dos discursos orales para ser posteriormente grabados, atendiendo al objetivo de cada discurso: informar con objetividad y persuadir con emoción.

1. Completa la tabla con las siguientes opciones propuestas para cada elemento de paralenguaje:

1. **Tono general**: Formal, serio y totalmente neutro. / Entusiasta, firme e inspirador.
2. **Volumen**: Variable y dinámico. / Medio y constante.
3. **Ritmo (velocidad):** Rápido en la acción, lento en la reflexión. / Lento y deliberado.
4. **Pausas clave:** Pausas de puntuación estricta. / Pausas dramáticas (retóricas).
5. **Énfasis (acentuación):** Énfasis en el impacto. / Énfasis en el dato.
6. **Articulación:** Clara y precisa. / Fluida y conectada.

Factor de modulación	TEXTO A	TEXTO B
Tono general		
Volumen		
Ritmo (velocidad)		
Pausas clave		

Énfasis (acentuación)		
Articulación		

Actividad 4. Los mensajes orales expositivos y argumentativos: paralenguaje.

Objetivo

Demostrar la comprensión práctica de la teoría del paralenguaje, identificando las pausas obligatorias y estratégicas y aplicando la modulación vocal adecuada.

Conocimientos básicos

- ¿Para qué se usan la pausa de puntuación estricta y la pausa dramática (retórica) en el discurso oral?

Instrucciones

Los dos discursos de Marcos deben ser grabado. En esta actividad, tú vas a meterte en el papel de Marcos. Tu tarea es grabar los dos **audios** como si fueras Marcos, leyendo los dos discursos de la actividad 1.

1. **Para realizar la tarea, primero debes marcar las pausas con una X en cada texto.**

TEXTO A:

DESTINATARIO: Dirección General de Planificación

Se certifica un aumento interanual del 8.5% en el consumo energético del sector industrial. Esta fluctuación se debe, principalmente, a la obsolescencia del 65% del parque de maquinaria pesada, cuya eficiencia opera en el rango de F-G según la normativa europea. Por consiguiente, el incremento proyectado del coste de la energía para el próximo quinquenio se estima en un 12%, lo cual impactará directamente en la competitividad estructural.

TEXTO B:

CONTEXTO: transmisión nacional tras la aprobación de la Ley.

Ciudadanos, seamos honestos. Los desafíos energéticos son reales. Sabemos que la inercia del pasado nos ha dejado con una maquinaria obsoleta. ¡Pero no vinimos a quejarnos! Vinimos a actuar. La Ley de Eficiencia no es un costo, es una inversión histórica para el futuro de nuestra industria y, lo más importante, de nuestros hijos. Nuestros competidores europeos ya están en esa nueva era. Es el momento de ser audaces, de dejar atrás el miedo y la pasividad. ¡El futuro es nuestro si nos atrevemos a construirlo juntos! Esta ley es el primer paso. ¡No para un quinquenio, sino para una generación!

2. Una vez marcadas las pausas, graba los dos audios modulando la voz según el objetivo opuesto de cada texto (objetividad vs. persuasión).

8. Solucionario autoevaluación

Actividad 1. Los mensajes escritos: tipos de mensajes escritos y su intención comunicativa.

Objetivo
Diferenciar y analizar mensajes escritos, identificando su clase, género, estructura, registro, intención y tono según el contexto comunicativo.

Conocimientos básicos

- En un **informe técnico o científico**: ¿cuál es su **propósito principal** (informar o persuadir) y qué **tipo de público** suele ser su receptor objetivo?

Respuesta: *Informar y exponer hechos, datos y resultados de manera objetiva. Especializado o interno (profesionales, académicos, directivos).*

- ¿Y en un **discurso político?** ¿Cuál es su **propósito principal** (informar o persuadir) y qué **tipo de público** busca alcanzar?

Respuesta: *Persuadir, movilizar y generar una acción o compromiso emocional/ideológico en el público. General, amplio, votantes o militantes (público masivo).*

- En la construcción de un mensaje, se utiliza la **tercera persona** y la **primera persona**. Tercera persona: ¿qué **tono** (formal, informal, objetivo, subjetivo) sugiere y qué efecto tiene en la **objetividad** del mensaje?

  Respuesta: *Formal y objetivo*. Logos (lógica y razón).

- Primera persona: ¿qué **tono** (formal, informal, objetivo, subjetivo) sugiere y a qué **recurso retórico** apela (Logos, Pathos, Ethos)?

  Respuesta: *Informal y subjetivo. Pathos (emoción) y Ethos (credibilidad).*

Contexto: la dualidad de Marcos
Marcos debe gestionar dos mensajes opuestos sobre la **nueva Ley de Eficiencia Energética**:

1. Marcos "el científico": debe informar de la verdad técnica, con objetividad y rigor.
2. Marcos "el político": debe convencer y persuadir a los medios y al público de que la ley es beneficiosa.

A continuación, se presentan dos textos escritos por Marcos para audiencias diferentes.

TEXTO A: el dato frío
ASUNTO: Informe técnico de variación de consumo (pre-Ley)

DESTINATARIO: Dirección General de Planificación

Se certifica un aumento interanual del 8.5% en el consumo energético del sector industrial. Esta fluctuación se debe, principalmente, a la obsolescencia del 65% del parque de maquinaria pesada, cuya eficiencia opera en el rango de F-G según la normativa europea. Por consiguiente, el incremento proyectado del coste de la energía para el próximo quinquenio se estima en un 12%, lo cual impactará directamente en la competitividad estructural.

TEXTO B: el discurso de la nueva era

TÍTULO: Discurso a la nación: por un futuro de luz

CONTEXTO: transmisión nacional tras la aprobación de la Ley.

Ciudadanos, seamos honestos. Los desafíos energéticos son reales. Sabemos que la inercia del pasado nos ha dejado con una maquinaria obsoleta. ¡Pero no vinimos a quejarnos! Vinimos a actuar. La Ley de Eficiencia no es un costo, es una inversión histórica para el futuro de nuestra industria y, lo más importante, de nuestros hijos. Nuestros competidores europeos ya están en esa nueva era. Es el momento de ser audaces, de dejar atrás el miedo y la pasividad. ¡El futuro es nuestro si nos atrevemos a construirlo juntos! Esta ley es el primer paso. ¡No para un quinquenio, sino para una generación!

Instrucciones

Completa la siguiente tabla comparativa de análisis identificando los rasgos de cada texto:

Rasgo de análisis	**TEXTO A (dato frío)**	**TEXTO B (defensa de la Ley)**
1. GÉNERO (Tipo de escrito)	**Informe técnico** (Texto expositivo).	**Discurso político** (Texto argumentativo, basado en la visión y la emoción).
2. INTENCIÓN PRINCIPAL	**Exponer.** Informar de un hallazgo, reportar la verdad objetiva y certificar una métrica.	**Persuadir.** Su objetivo es generar un cambio de mentalidad, defender la ley y apelar a la acción colectiva.
3. AUDIENCIA / CONTEXTO	**Interna (Dirección General).** Contexto de toma de decisiones técnicas y planificación.	**Externa (público masivo / la nación).** Contexto de legitimación de una ley y

		búsqueda de apoyo popular y moral.
4. REGISTRO	**Formal, técnico y objetivo.** Lenguaje despersonalizado y terminología especializada (e.g., *interanual, obsolescencia, quinquenio*).	**Formal, emocional y directo.** Uso de lenguaje de alto impacto (e.g., *inversión histórica, audaces*) y apelación a valores (*nuestros hijos, el futuro*).
5. ¿Datos o emoción? (proporciona ejemplos de los textos) ¿Primera o tercera persona? (proporciona ejemplos)	**Logos (lógica y datos):** Uso de porcentajes (*8.5%, 65%, 12%*) y verbos de certificación (*Se certifica, se estima*). **Tercera persona impersonal.**	**Pathos (emoción) y Ethos (credibilidad):** Uso de exclamaciones (¡!), preguntas retóricas, contraste binario (pasado/futuro). **Primera persona del plural** (*nosotros, vinimos*) para incluir al oyente.

Actividad 2. El texto argumentativo escrito.

Objetivo

Aplicar los conocimientos sobre el texto argumentativo para redactar un mensaje con un propósito (persuadir/convencer) y un género (tipo de texto) específicos, demostrando el uso adecuado de recursos y registro.

Conocimientos básicos

- La función principal de un texto argumentativo es persuadir o convencer. Para ello, es importante que el destinatario identifique claramente la tesis. ¿Esta tesis debe ser identificada por el destinatario al principio o al final del texto? ¿Por qué?

Contexto
Marcos, el político, ha presentado la nueva Ley de Eficiencia Energética. Tras su discurso a la nación, necesita **gestionar una reacción clave** del público:

> "Los ecologistas celebran la ley, pero exigen que las metas sean mucho más ambiciosas y a corto plazo. **Quieren que el plazo pase de 5 años a 2 años."**

Instrucciones

Redacta el texto de la tabla. Tu texto debe tener una extensión aproximada de 150 a 200 palabras.

TIPO DE TEXTO ARGUMENTATIVO	ROL Y PROPÓSITO
Carta a la Dirección (de una ONG ecologista)	**Petición y negociación:** debes mostrar acuerdo con sus metas de ambición, pero argumentar la necesidad de un calendario gradual y realista, pidiendo su apoyo público.

Aquí tienes los datos que puedes usar para tu texto:

- dispararía la inversión a **4.500 millones de euros**
- 70% de la maquinaria obsoleta
- **cierre del 15% de las pequeñas y medianas industrias**
- calendario de **cinco años:** PyMEs acceder a financiación y planificar la transición sin colapsar.

Criterios de evaluación

Tu texto será evaluado según cómo reflejes las características del texto argumentativo del Punto 5 de la unidad:

1. **Tesis clara:** ¿se identifica una postura principal que quieres defender o refutar?
2. **Argumentos sólidos:** ¿presentas razones lógicas (Logos) y/o emocionales (Pathos) que apoyen tu tesis?
3. **Registro adecuado:** ¿el tono y el vocabulario son correctos para el género elegido?
4. **Conectores (cohesión):** ¿utilizas conectores de contraste (*sin embargo, por el contrario*), causa (*porque, puesto que*), o consecuencia (*por lo tanto, en consecuencia*) de manera efectiva?
5. **Cierre persuasivo:** ¿el texto termina con una conclusión o llamado a la acción que refuerza el propósito original?

Propuesta modelo

Destinatario: Dirección Ejecutiva de Naturaleza Viva

Asunto: propuesta de calendario realista para la Ley de Eficiencia Energética

Estimados Sres. de la Dirección:

Les escribo desde la Secretaría de Industria para extender nuestro más sincero agradecimiento por su apoyo a la Ley de Eficiencia. **Compartimos plenamente su visión** y celebramos su ambición por un horizonte de **cero emisiones** lo más pronto posible; su presión es fundamental para el progreso.

No obstante, la exigencia de implementar la Ley en un plazo de dos años nos obliga a plantear una preocupación crítica: la **sostenibilidad social** del cambio. Un calendario tan abrupto dispararía la inversión a **4.500 millones de euros** en un corto periodo. Puesto que el 70% de la maquinaria obsoleta pertenece a las PyMEs, esta carga financiera forzosa podría significar el **cierre del 15% de las pequeñas y medianas industrias**, resultando en la pérdida de miles de empleos.

Por lo tanto, proponemos y negociamos un calendario de **cinco años**, que garantiza la modernización del 92% del parque industrial y la reducción de CO_2, pero permite a las PyMEs acceder a financiación y planificar la transición sin colapsar.

Objetivo

Diferenciar y analizar mensajes orales, identificando su clase, género, estructura, registro, intención y tono según el contexto comunicativo.

Conocimientos básicos

- Como ya sabes, el **énfasis (acentuación)** es la fuerza que se aplica a ciertas palabras para destacar su importancia. ¿En qué tipo de discurso (argumentativo o expositivo) sería estratégico aplicar el énfasis principalmente en el **impacto o la consecuencia** de un hecho? ¿Y en qué tipo de discurso se aplicaría el énfasis principalmente en el **dato o la evidencia**?

  Énfasis en el impacto o la consecuencia: sería estratégico aplicarlo en un discurso **argumentativo (persuasivo)**.

  Énfasis en el dato o la evidencia: se aplicaría principalmente en un discurso **expositivo (informativo)**.

Instrucciones

En esta actividad, debes analizar los factores de paralenguaje necesarios para indicarle a Marcos cómo leer sus dos discursos orales para ser posteriormente grabados, atendiendo al objetivo de cada discurso: informar con objetividad y persuadir con emoción.

1. Completa la tabla con las siguientes opciones propuestas para cada elemento de paralenguaje:

1. **Tono general**: Formal, serio y totalmente neutro. / Entusiasta, firme e inspirador.
2. **Volumen**: Variable y dinámico. / Medio y constante.
3. **Ritmo (velocidad):** Rápido en la acción, lento en la reflexión. / Lento y deliberado.
4. **Pausas clave:** Pausas de puntuación estricta. / Pausas dramáticas (retóricas).
5. **Énfasis (acentuación):** Énfasis en el impacto. / Énfasis en el dato.
6. **Articulación:** Clara y precisa. / Fluida y conectada.

Factor de modulación	TEXTO A	TEXTO B
Tono general	Formal, serio y totalmente neutro.	Entusiasta, firme e inspirador.
Volumen	Medio y constante.	Variable y dinámico.
Ritmo (velocidad)	Lento y deliberado.	Rápido en la acción, lento en la reflexión.
Pausas clave	Pausas de puntuación estricta.	Pausas dramáticas (Retóricas).
Énfasis (acentuación)	Énfasis en el dato.	Énfasis en el impacto.

Articulación	Clara y precisa.	Fluida y conectada.

Actividad 4. Los mensajes orales expositivos y argumentativos: paralenguaje.
Objetivo

Demostrar la comprensión práctica de la teoría del paralenguaje, identificando las pausas obligatorias y estratégicas y aplicando la modulación vocal adecuada.

Conocimientos básicos

- ¿Para qué se usan la pausa de puntuación estricta y la pausa dramática (retórica) en el discurso oral?

Pausa de puntuación estricta: Su función es respetar las normas gramaticales y sintácticas (comas, puntos). Permite al orador tomar aire y ayuda al oyente a procesar las ideas en unidades lógicas. Es obligatoria y no tiene una función emocional.

Pausa dramática (retórica): Su función es deliberada y estratégica. Se inserta en un lugar donde la gramática no lo exige para generar suspenso, intriga, reflexión o para destacar una palabra o concepto que sigue a la pausa. Su objetivo es emocional o persuasivo.

Instrucciones

Los dos discursos de Marcos deben ser grabado. En esta actividad, tú vas a meterte en el papel de Marcos. Tu tarea es grabar los dos **audios** como si fueras Marcos, leyendo los dos discursos de la actividad 1.

1. Para realizar la tarea, primero debes marcar las pausas con una X en cada texto.

TEXTO A:

DESTINATARIO: Dirección General de Planificación

*Se certifica un aumento interanual del 8.5% **X** en el consumo energético del sector industrial. Esta fluctuación se debe, principalmente, a la obsolescencia del 65% del parque de maquinaria pesada **X**, cuya eficiencia opera en el rango de F-G según la normativa europea **X**. Por consiguiente, el incremento proyectado del coste de la energía para el próximo quinquenio se estima en un 12%, **X** lo cual impactará directamente en la competitividad estructural.*

TEXTO B:

CONTEXTO: transmisión nacional tras la aprobación de la Ley.

*Ciudadanos **X**, seamos honestos. Los desafíos energéticos son reales. Sabemos que la inercia del pasado nos ha dejado con una maquinaria obsoleta. **X** ¡Pero no vinimos a quejarnos! **X** Vinimos a actuar. La Ley de Eficiencia no es un costo, es una inversión histórica para el futuro de nuestra industria y, **X** lo más importante, de nuestros hijos. Nuestros competidores europeos ya están en esa nueva era. **X** Es el momento de ser audaces, de dejar atrás el miedo y la pasividad. **X** ¡El futuro es nuestro si nos atrevemos a construirlo juntos! Esta ley es el primer paso. **X** ¡No para un quinquenio, sino para una generación!*

2. Una vez marcadas las pausas, graba los dos audios modulando la voz según el objetivo opuesto de cada texto (objetividad vs. persuasión).

La actividad se dará por aprobada si se perciben las pausas importantes en los audios.

MINISTERIO DE EDUCACIÓN, FORMACIÓN PROFESIONAL Y DEPORTES

Cofinanciado por la Unión Europea

Unidad de Orientación Profesional y Aprendizaje a lo largo de la Vida

cidead Centro para la Innovación y Desarrollo de la Educación a Distancia

Curso de formación preparatorio para el acceso a Ciclos Formativos de Grado Superior

Competencia en Lengua Castellana

Unidad 5

Información objetiva. La investigación como herramienta.



UNIDAD 5: INFORMACIÓN OBJETIVA: LA INVESTIGACIÓN COMO HERRAMIENTA

Índice

1. Introducción. 2
2. ¿Qué vas a aprender y por qué te será útil en tu día a día? 2
3. Análisis de tipologías textuales. 3
    1 Primer objetivo: el texto humanístico y el texto literario. 4
    2 Segundo objetivo: el texto científico y el texto técnico. 7
    3 Tercer objetivo: identificación de ideas principales y secundarias. 10
4. Interpretación crítica del texto. 11
    1 Primer objetivo: reconocer los sesgos textuales. 12
    2 Segundo objetivo: el uso del supuesto en los textos y sus riesgos. 14
    3 Tercer objetivo: establecer un juicio argumentado. 15
5. Gestión de la información y ética 17
    1 Primer objetivo: tipos de fuentes y selección de datos. 19
    2 Segundo objetivo: el respeto a la autoría. 20
6. Producción y comunicación. 22
    1 Primer objetivo: dinamismo, estética y precisión del texto. 23
    2 Segundo objetivo: estructuración del pensamiento crítico. 25
    3 Tercer objetivo: lenguaje visual: tablas, gráficos e infografías. 27
    4 Cuarto objetivo: comunicación oral: del papel al discurso. 30
7. Autoevaluación. 32
8. Solucionario autoevaluación 40

1. Introducción.

En un mundo saturado de información constante, la capacidad de distinguir entre un hecho comprobado y una opinión subjetiva es una de las herramientas más poderosas de las que disponemos. **La investigación** no es solo un proceso académico; es un hábito de pensamiento que nos permite navegar entre datos complejos, noticias y estudios para extraer la verdad de manera objetiva. Desarrollar un espíritu crítico para cuestionar lo que leemos y saber filtrar el ruido informativo es hoy, más que nunca, una competencia esencial para actuar con autonomía y seguridad en cualquier ámbito de la vida.

Esta unidad se centra en el viaje de la información: desde el momento en que aprendemos a identificar el propósito de un texto científico o humanístico, hasta que somos capaces de comunicar nuestras propias conclusiones con rigor y ética. Aprenderás a evaluar la solidez de los argumentos, a detectar sesgos que nublan la realidad y a utilizar herramientas visuales y orales para que tus hallazgos lleguen a los demás de forma clara y respetuosa. Te proporcionaremos las claves para pasar de ser un consumidor pasivo de datos a convertirte en un investigador capaz de **gestionar el conocimiento con precisión y honestidad.**

2. ¿Qué vas a aprender y por qué te será útil en tu día a día?

El objetivo principal de esta unidad es convertirte en un investigador consciente y un analista crítico, capaz de transformar la búsqueda de información en conocimiento sólido y fiable.

- **Diferenciación de discursos y tipologías:** aprenderás las características esenciales que distinguen los textos objetivos (científicos y técnicos) de aquellos centrados en el pensamiento o la estética (humanísticos y literarios). En tu vida cotidiana, esto te permitirá identificar rápidamente la intención de lo que lees: sabrás cuándo un artículo busca informarte con datos neutros y cuándo intenta influir en tu opinión mediante la reflexión.
- **Interpretación crítica y detección de sesgos:** reconocerás las limitaciones de los textos y aplicarás criterios de evaluación para medir la solidez de los argumentos. Esta sección es vital para tu vida digital: te ayudará a detectar supuestos no demostrados y a fundamentar tus propias opiniones en evidencias reales, no en prejuicios.
- **Gestión ética de la información:** te centrarás en la aplicación práctica de la búsqueda de fuentes confiables y el respeto a la autoría. Aprenderás a seleccionar datos que realmente aporten valor y a utilizar la cita como escudo contra el plagio. Esto reforzará tu prestigio personal y profesional al demostrar que tus ideas están respaldadas por fuentes de calidad.
- **Comunicación multicanal (visual y oral):** finalmente, se reforzará la importancia de transmitir tus hallazgos de forma eficaz. Dominarás el uso de gráficos e infografías para sintetizar datos complejos y practicarás la "traducción" de tus textos escritos al discurso oral. La meta es que logres comunicar con

claridad, rigor y ética, contribuyendo a un entorno informativo más responsable y profesional.

Al finalizar esta unidad, serás capaz de moverte con destreza y seguridad en la complejidad de la era de la información, seleccionando las mejores fuentes y ejecutando estrategias de comunicación (visual, escrita u oral) que garanticen el éxito de tus objetivos.

3. Análisis de tipologías textuales.

Objetivos de aprendizaje

1 Primer objetivo: el texto humanístico y el texto literario.
2 Segundo objetivo: el texto científico y el texto técnico.
3 Tercer objetivo: estrategias para identificar ideas principales y secundarias.

Martín es la voz de la experiencia en "Suministros Industriales S.A.", pero ahora se enfrenta a un reto que no se resuelve con una llave mágica: la gestión de la información.

Martín Sánchez de 52 años, trabaja como Jefe de Almacén y Logística en la empresa **Suministros Industriales S.A.",** Lleva 15 años trabajando en la empresa Martín empezó desde abajo, cargando cajas, y hoy coordina a un equipo de 12 personas. Conoce cada estante y cada referencia de memoria. Es un hombre de acción, práctico y honesto. Sin embargo, la empresa está cambiando. Roberto, el Director de Operaciones, ha implantado el **Protocolo de Investigación Objetiva**, lo que obliga a Martín a justificar cada decisión de compra con informes técnicos, análisis de sesgos y presentaciones visuales.

Martín debe liderar el **"Proyecto Renovación"**: decidir en qué gastar **150.000€** para modernizar la flota de carretillas. Su misión es pasar de ser un "hombre que sabe de máquinas" a ser un "profesional que sabe gestionar información objetiva".

Actividad

Roberto le ha pasado a Martín una montaña de correos sobre el Proyecto Renovación. Martín tiene poco tiempo y necesita demostrarle al jefe que controla la situación. Su primera misión es organizar esta información antes de la reunión de las 9:00 horas.

Conocimientos previos:

Imagina que estás interesado en comprar una estantería y estás buscando información en diferentes fuentes.
Has encontrado dos publicaciones diferentes en Internet sobre la estantería. Lee los textos con atención y responde a las preguntas usando tu sentido común.

Texto A *"Hoy en día compramos muebles baratos que duran poco porque vivimos con prisas. Ya no queremos objetos para toda la vida, sino cosas que se puedan tirar rápido. Como dice un experto en sociedad, nos hemos vuelto coleccionistas de cosas*

temporales. Al final, nuestra estantería dice mucho de cómo somos: gente que prefiere lo fácil antes que lo duradero."
Texto B "*La estantería estaba allí, de pie y callada, como una gigante de madera que guardaba todos mis secretos. Sus estantes parecían brazos abiertos esperando recibir mis libros favoritos. Cuando el sol de la tarde rozaba sus baldas, el mueble parecía cobrar vida y contarme historias de bosques lejanos*."

¿Cuál de los dos textos parece una opinión personal sobre cómo vivimos las personas hoy en día?

En el Texto B, el autor dice que la estantería tiene "*brazos*" y que está "*callada*". ¿Crees que lo dice porque es verdad o porque quiere que el texto suene bonito y especial?

En el Texto A se menciona lo que dice un "experto". ¿Para qué crees que se incluye esa mención? Rodea la opción correcta.
a) Para que la opinión del autor parezca más importante y seria.
b) Para explicar cómo se fabrica la estantería.

APRENDEMOS

1 Primer objetivo: el texto humanístico y el texto literario.

Los textos humanísticos y literarios representan **"el mundo del pensamiento, la cultura y la emoción"**.

El texto humanístico:

- **¿Dónde los verás?** En ensayos de filosofía, libros de historia, artículos sobre sociología o debates de ética.
- **¿Para qué sirven?** Para reflexionar sobre el ser humano, la sociedad y el pensamiento. A diferencia del científico, aquí sí hay interpretación y debate.
- **¿Cómo reconocerlos?**
  - Aparecen conceptos abstractos (libertad, justicia, progreso).
  - El autor suele argumentar su visión personal sobre un tema (usa el "nosotros" o el "yo)
  - Buscan hacernos pensar y cuestionar la realidad social.
  - Utilizan argumentos de autoridad: para que su idea tenga fuerza, el autor cita a expertos o filósofos (como quien cita una ley para ganar una discusión).

Ejemplo de lenguaje humanístico:
"*La automatización no debe ser un fin en sí mismo, sino un medio para alcanzar la dignidad del operario. Como decía el sociólogo Bauman, la ética del trabajo es lo que nos define frente a la máquina*."

Truco: Si el texto te invita a pensar o a debatir sobre un tema social o cultural de forma profunda, es humanístico.

El texto literario:

- **¿Dónde los verás?** En novelas, poemas, obras de teatro o cuentos.
- **¿Para qué sirven?** Para crear belleza y transmitir emociones. No buscan informar sobre una realidad objetiva, sino crear una experiencia estética.
- **¿Cómo reconocerlos?**
  - El lenguaje es creativo y utiliza recursos como la metáfora.
  - El autor no tiene por qué decir la verdad (ficción).
  - Importa tanto **cómo** se dice algo como lo que se dice.
  - Un texto literario puede significar cosas distintas para cada persona. Es un lenguaje "abierto".

Ejemplo de lenguaje literario:
"Las estanterías gigantes abrazaban el silencio de la noche. Clara caminaba entre pasillos que parecían venas de un corazón de hierro que nunca deja de latir."

¿En qué se diferencian?

Rasgo	Texto humanístico	Texto literario
¿Qué quiere de ti?	Que uses la **cabeza** (reflexión).	Que uses el **corazón** (emoción).
¿Cómo se apoya?	Usa **citas de expertos**.	Usa **imágenes y metáforas**.
El lenguaje	Es serio, culto y argumentativo.	Es creativo, libre y artístico.
Si fuera un objeto...	Sería una **brújula** (te orienta).	Sería una **canción** (te hace sentir).

Desarrollo

Martín ha encontrado estos dos recortes. Uno le ha parecido muy poético y el otro le ha hecho pensar mucho sobre sus compañeros veteranos, pero ¿son realmente útiles para su informe técnico?

Texto A: *"Sentarse en la nueva serie Gold es sentir la poesía del acero en movimiento. Es una danza coordinada en el almacén."*

Texto B: *"¿Es ético sustituir al operario veterano por una IA? El humanismo industrial nos obliga a reflexionar sobre el propósito de la tecnología."*

La tarea de Martín:

1. Identifica el texto **literario** y el texto **humanístico**.

Texto A:

Texto B:

2. ¿Qué pasaría si Martín le presenta el **Texto A** a Roberto como justificación para gastarse 150.000€? ¿Quedaría como un profesional? ¿Por qué?

Conocimientos previos

Sigues leyendo textos sobre la estantería que quieres comprar. En este caso, has encontrado estas dos opciones para montar una estantería:

Texto A: *"Las estanterías de madera de pino ofrecen una resistencia superior a la humedad y presentan vetas naturales que varían según la edad del árbol."*

Texto B: *"Introduzca el tornillo (M6) en el orificio superior. Gire en el sentido de las agujas del reloj hasta que sienta resistencia."*

¿Qué texto te permite terminar el mueble sin que te sobren piezas?

¿Qué texto describe el objeto pero no te dice cómo usarlo?

En la web de una tienda de muebles aparecen estos dos textos sobre la misma estantería:

Texto C: "*Dimensiones totales: 180 cm de alto, 60 cm de ancho, 30 cm de fondo. Soporta un máximo de 15 kg por balda."*

Texto D: *"El color es mucho más oscuro de lo que parece en las fotos y me costó muchísimo encajar las piezas del medio. No la recomiendo."*

¿Cuál de estos textos no cambia, sin importar quién compre la estantería?

¿Cuál de los textos depende totalmente de la experiencia personal de un cliente?

Mira estos dos fragmentos del proceso de montaje:

Fragmento 1: "*1. Atornille los pies a la base. 2. Levante la estructura. 3. Coloque las baldas interiores."*

Fragmento 2: "*El paquete incluye: 12 tornillos, 4 baldas, 2 laterales y 1 bote de cola blanca."*

¿En qué secuencia es imposible intercambiar el paso 1 con el paso 3 sin arruinar el trabajo?

¿Qué secuencia es simplemente una lista de objetos donde el orden de lectura no afecta al contenido?

APRENDEMOS

2 Segundo objetivo: el texto científico y el texto técnico.

Los textos científicos y técnicos representan “el mundo de los datos y la realidad".

- **¿Dónde los verás?** En libros de texto de física, manuales de ingeniería, informes médicos o artículos de biología.
- **¿Para qué sirven?** Para explicar **cómo funciona el mundo** basado en pruebas. No hay opiniones, solo hechos.
- **¿Cómo reconocerlos?** Usan palabras muy específicas (tecnicismos).
  - No dicen "yo creo", sino "se ha comprobado".
  - Suelen incluir números, gráficas o referencias a otros científicos.

Vamos a empezar por los **textos científicos.** El objetivo principal del texto científico es **comunicar nuevo conocimiento** de forma que pueda ser validado y aceptado por la comunidad internacional. Su credibilidad no depende del autor, sino de una serie de principios inviolables que garantizan la confianza en el proceso.

La mayoría de los textos científicos de alto nivel siguen una estructura estandarizada denominada **IMRyC**.

Sección	**¿Qué encontramos aquí?**	**¿Por qué es importante?**
Introducción	¿Cuál es el problema?	Nos dice qué se quiere investigar.
Metodología	¿Cómo lo han hecho?	**Es la parte más crítica.** Si no explican cómo lo hicieron, el texto no es fiable.
Resultados	¿Qué han encontrado?	Aquí solo hay datos fríos, tablas y números.

Conclusiones	¿Qué significa todo esto?	El autor interpreta los datos y dice qué pasos dar ahora.

El **texto técnico** tiene un objetivo práctico: explicar **cómo se hace algo**. Es la herramienta que utilizamos para aplicar el conocimiento a la realidad, como un manual de montaje, una guía de seguridad o un protocolo de almacén.

A veces confundimos los textos científicos y técnicos porque ambos comparten rasgos:

- Usan **tecnicismos** (palabras difíciles).
- Son **objetivos** (no hay sentimientos).
- Son **precisos** (usan números y datos).

A continuación, se presentan las claves para diferenciar un texto científico de un texto técnico:

A. El criterio de la finalidad (¿qué quiere de mí?)

- **Texto científico:** quiere que **entiendas** un fenómeno. Te da conocimiento teórico.
  - *Ejemplo:* "por qué vuelan los aviones (sustentación)".
- **Texto técnico:** quiere que **actúes**. Te da instrucciones para un resultado práctico.
  - *Ejemplo:* "cómo pilotar un avión (controles de mando)".

B. El criterio del lenguaje (¿cómo me habla?)

- **Texto científico:** usa el **indicativo** y la **tercera persona** (es descriptivo).
  - *Frase tipo:* "la presión disminuye cuando la velocidad aumenta".
- **Texto técnico:** usa el **imperativo**, el **infinitivo** o **listas de pasos** (es directivo).
  - *Frase tipo:* "reduzca la presión girando la válvula a la izquierda".

C. El criterio del objeto (¿de qué habla?)

- **Texto científico:** habla de conceptos **abstractos, leyes y principios**.
  - *Conceptos:* gravedad, inercia, polimerización, termodinámica.
- **Texto técnico:** habla de objetos **tangibles, piezas y herramientas**.
  - *Objetos:* tornillo m6, panel HMI, joystick, interruptor.

A continuación, se presenta las diferencias en la siguiente tabla:

Rasgo	Texto científico (saber)	Texto técnico (hacer)
Meta	Demostrar una verdad.	Completar una tarea.
Verbos	Expositivos (es, sucede, ocurre).	De acción (pulse, conecte, abra).
Estructura	IMRyC (Introducción, Metodología...).	Secuencial (paso 1, paso 2...).

Resultado	Un nuevo conocimiento.	Un objeto funcionando o montado.

Desarrollo

Martín acaba de abrir el manual de la carretilla *X-200* y necesita extraer los datos que les interesan a los mecánicos de su taller. Sabe que si les habla de forma imprecisa, no le respetarán.

> *"El modelo X-200 incorpora un motor síncrono de imanes permanentes con una potencia nominal de 15 kW. El sistema hidráulico opera a una presión máxima de 250 bar. La estructura del mástil está fabricada en aleación de acero S355, permitiendo una capacidad de carga residual de 2.500 kg."*

1. Localiza **3 tecnicismos** en este texto para incluirlos en la ficha técnica del taller.

2. Martín tiene que explicarle a Roberto por qué este papel es **técnico** y no una simple publicidad. ¿Qué rasgos encuentras en el texto que lo hacen objetivo?

Lee este pequeño fragmento de un manual sobre cómo cuidar tu estantería:

"Para que tu estantería dure muchos años, es fundamental mantenerla libre de humedad. Por ejemplo, evita poner vasos de agua directamente sobre la madera, usa un paño seco para limpiar el polvo cada semana y no la instales cerca de una ventana donde entre la lluvia."

Si tuvieras que explicarle a un amigo de qué trata este texto usando solo **5 palabras**, ¿qué le dirías?

El texto menciona "*paños secos*" y "*vasos de agua*". Si borramos esos ejemplos, ¿seguimos entendiendo que el problema es la humedad?

Si borramos la primera frase (*"mantenerla libre de humedad"*), ¿tienen sentido los ejemplos de los vasos y el paño, o se quedan como datos sueltos sin explicación?

3 Tercer objetivo: identificación de ideas principales y secundarias.

Saber distinguir el corazón de un texto de sus adornos es la habilidad más importante de un investigador.

A. La idea principal (el corazón)

Es el mensaje global, la tesis o la información más importante que el autor quiere transmitir. Si la quitas, el texto deja de tener sentido o se vuelve una lista de datos sueltos.

- **¿Cómo encontrarla?** Hazle al texto esta pregunta: **"¿De qué trata este texto y qué es lo más importante que dice sobre el tema?"**.
- **Ubicación común:** Suele aparecer al principio (como introducción) o al final (como conclusión), aunque en textos complejos puede estar repartida.
- **Técnica del título:** Si tuvieras que ponerle un título de 5 palabras al texto, esa sería tu idea principal.

B. Las ideas secundarias (los músculos)

Son informaciones que cuelgan de la idea principal. Su función es ampliar, ejemplificar, detallar o demostrar lo que dice la idea principal.

- **¿Cómo encontrarlas?** Hazle al texto esta pregunta: **"¿Qué detalles, ejemplos o datos me da el autor para que yo me crea o entienda la idea principal?"**.
- **Características:** Son prescindibles (el texto se entiende sin ellas, aunque sea menos completo) y suelen ser muy específicas.

Desarrollo

Roberto le ha dejado un audio a Martín mientras conducía y este ha tomado unas notas rápidas. Ahora Martín tiene que redactar algo profesional para que el jefe vea que le ha escuchado con atención.

- Las notas de Martín: *"Comprar eléctricas para pasillo 4. Peligro porque las viejas tiran aceite. Dice Roberto que a su cuñado no le gusta el color amarillo. Tienen que medir menos de 2,5 metros. Hay que mirar el presupuesto de este trimestre."*

1. **Ayuda a Martín a redactar la idea principal de lo que pide el jefe en una sola frase clara.**

Resumen de Martín para el jefe (idea principal):

2. **Identifica qué dato de sus notas es un chisme irrelevante que debe borrar para que su informe no parezca poco serio.**

Información descartada por Martín:

Desenlace

Son las 9:15 AM. Martín entra en el despacho de Roberto con su cuaderno de notas bien organizado. Gracias a que ha sabido separar los datos técnicos de la publicidad y ha limpiado los chismes del audio del jefe, la reunión es un éxito.

Roberto asiente satisfecho mientras lee el resumen de Martín. *"Buen trabajo, Martín. Me alegra ver que no has perdido el tiempo con folletos coloridos ni con tonterías de colores de pintura. Ahora que tenemos claro qué necesitamos comprar, viene lo difícil: hay tres empresas que aseguran ser las mejores y las más baratas, pero sospecho que alguna nos está ocultando información."*

4. Interpretación crítica del texto.

Objetivos de aprendizaje

1 Primer objetivo: reconocer los sesgos textuales.

2 Segundo objetivo: el uso del supuesto en los textos y sus riesgos.

3 Tercer objetivo: juicios autónomos y argumentados a partir de la evidencia.

"La misión de Martín: actuar como un filtro analítico para separar los beneficios reales de la "cosmética comercial" y proteger los intereses de la empresa."

Roberto, el Director de Operaciones, le ha entregado a Martín tres propuestas de proveedores distintos. Roberto se siente abrumado y sospecha que los comerciales están "maquillando" la realidad para ocultar fallos o inflar beneficios. Martín debe usar su capacidad crítica para proteger los intereses de la empresa.

Actividad

Para que Martín pueda ejercer su juicio crítico, Roberto le ha entregado las carpetas de los siguientes tres candidatos:

- Logística Vanguardia, S.A.
- Máquinas Rápidas, S.L.
- Suministros Ya, S.L.

Cada uno representa un desafío analítico diferente, así que antes de mirar los precios, debe analizar los sesos y supuestos de cada empresa.

Conocimientos previos

Estás mirando un catálogo de una tienda de muebles. Te llama la atención una estantería: en la foto se ve preciosa, con libros de lujo y en una habitación enorme y soleada. Sin embargo, no hay fotos de cómo se ve por detrás, ni de lo difícil que es montarla, ni de que la madera es de baja calidad.

Si solo te fías de la foto del catálogo, ¿tienes la información completa para decidir?

¿Por qué crees que el vendedor decidió ocultar las fotos de los defectos?

¿Te ha pasado alguna vez que leyendo una noticia sientes que solo te están contando "la parte bonita" (o solo "la parte fea")?

Imagina que ves dos carteles sobre cómo cuidar la madera de tu estantería:

- Un cartel escrito por un **carpintero** con 40 años de experiencia.
- Un cartel escrito por tu **influencer o futbolista favorito**, que sale sonriendo con un producto de limpieza en la mano.

¿A quién le harías caso antes y por qué?

¿Alguna vez has creído algo solo porque lo decía alguien que te cae bien o que es famoso?

APRENDEMOS

1 Primer objetivo: reconocer los sesgos textuales.

Un **sesgo** es una inclinación o "vicio" del texto que nos impide ver la realidad de forma objetiva. Es como mirar el almacén a través de unas gafas de colores: todo se verá del color del cristal.

- **Sesgo de confirmación:** el autor solo escribe lo que apoya su idea y omite lo que la contradice.
  Ejemplo: Un artículo que defiende que "el teletrabajo es la única forma de salvar la economía" y solo cita encuestas de trabajadores felices, pero omite por completo los datos sobre la caída de productividad en ciertos sectores o los problemas de salud mental por el aislamiento.
  En el texto verías: "*Como demuestran todas las encuestas serias, el 90% de los empleados prefiere quedarse en casa*", ignorando el 10% restante o los informes de las empresas que cerraron oficinas por falta de coordinación.
- **Sesgo de autoridad:** dar por cierto algo solo porque lo dice alguien famoso, aunque no sea experto en ese tema.
  Ejemplo: Un anuncio o post en redes sociales donde un actor famoso de Hollywood afirma que *"el consumo de una raíz exótica específica es el secreto definitivo para curar enfermedades respiratorias".*
  En el texto verías: *"Si la estrella de cine X lo consume y dice que funciona, debe ser una verdad científica que los médicos nos ocultan".*

- **Sesgo de negatividad:** tendencia a resaltar solo los fallos, ignorando los aciertos.

  Ejemplo: Una reseña sobre la inauguración de un nuevo hospital que se titula: *"Caos en el nuevo hospital: una papelera desbordada y un grifo que gotea".* El texto ignora que el hospital atendió a 500 personas con éxito y redujo las listas de espera en un 40%.

En el texto verías: *"Es inaceptable que en una obra de millones de euros el acabado de las puertas sea de este color tan feo; esto demuestra el fracaso total del proyecto".*

Regla de oro: antes de creer un dato, pregunta: *"¿Qué me están ocultando?"*

Para ser un lector objetivo, aplica esta tabla de verificación:

Sesgo detectado	**Lo que el texto dice**	**Lo que probablemente te ocultan**
Confirmación	*"Este producto es perfecto."*	Los efectos secundarios o testimonios negativos.
Autoridad	*"El experto (famoso) dice X."*	El consenso científico real o los conflictos de interés.
Negatividad	*"Todo es un desastre."*	El contexto general o los indicadores de mejora.

Para profundizar más y ver ejemplos de estas prácticas, visualiza el **VÍDEO "Investigación y pensamiento crítico" (no disponible en el documento)**

Desarrollo

Martín tiene tres notas de prensa y comentarios sobre la carretilla "*UltraLift*": un producto de la empresa Logística Vanguardia, S.A. Roberto le ha pedido que identifique exactamente qué tipo de trampa mental (**sesgo**) hay en cada uno para no caer en ella.

Caso A: *"El prestigioso Ingeniero Jefe de la Asociación Nacional de Logística, el Dr. Arispe, afirma que solo las máquinas UltraLift garantizan el éxito. Si un experto de su talla lo dice, no necesitamos más pruebas."*

Caso B: *"He leído en un foro de internet que una carretilla de la competencia falló una vez hace diez años en un almacén de Alemania. Es mejor no arriesgarse con esa marca, seguro que todas sus máquinas son un desastre."*

Caso C: *"Martín, yo ya sé que las carretillas eléctricas son mejores. Por eso, solo he guardado los artículos que dicen que ahorran energía y he tirado a la papelera los que hablan de que las baterías contaminan al fabricarse. Así mi informe será más claro."*

1. **Clasifica cada caso con el sesgo correspondiente: autoridad, confirmación o negatividad.**

Caso A: ____

Caso B: ____

____

Caso C:

Conocimientos previos

Imagina que estás organizando una entrega urgente. Tu jefe te dice: *"No te preocupes,* ***es evidente*** *que el proveedor tiene stock suficiente, así que no busques otras alternativas"*.

¿Qué sucede con todo tu plan de trabajo si, al final, el proveedor no tiene stock?

¿Crees que usar la frase "*es evidente*" hace que algo sea más real, o simplemente cierra la puerta a buscar un Plan B?

A veces usamos palabras que funcionan como un escudo para no dar explicaciones. Piensa en estas frases:

- *"Como todos saben..."*
- *"Obviamente, esto funciona así..."*
- *"Es de sentido común que..."*

Si alguien te dice una de estas frases, ¿te sientes cómodo preguntando "¿Por qué?" o sientes que quedarías mal por no saber algo que "todos saben"?

APRENDEMOS

2 Segundo objetivo: el uso del supuesto en los textos y sus riesgos.

Un **supuesto** es algo que se da por hecho sin haberlo comprobado. En los textos, los supuestos son peligrosos porque construyen una casa sobre arena.

- **¿Cómo identificarlo?** Suelen usar frases como: *"Como todos saben..."*, *"Es evidente que..."* u *"Obviamente..."*.
- **El riesgo:** si el supuesto es falso, toda la argumentación posterior se cae.
  - *Ejemplo de riesgo: "Como obviamente el camión llegará a tiempo, no necesitamos plan B".* Si el supuesto (la puntualidad) falla, el sistema colapsa.

El peligro real de los supuestos no es solo que puedan ser falsos, sino que **anulan la curiosidad y la prevención**. Cuando alguien dice "es obvio", deja de investigar, deja de medir y deja de prever riesgos.

En una organización, los supuestos son el camino más corto hacia la complacencia y el error catastrófico. Un buen analista no es el que tiene todas las respuestas, sino el que sabe identificar qué partes de un informe son hechos comprobados y cuáles son simples suposiciones disfrazadas de verdad.

Desarrollo

El comercial de la empresa "Máquinas Rápidas S.L." le envía a Martín un correo asegurando que sus máquinas son las más seguras sin aportar certificados.

"Nuestras máquinas son las más seguras porque todos nuestros clientes están muy contentos. Suponemos que, al ser usted un profesional, entenderá que la satisfacción vale más que un papel oficial."

1. **Localiza el supuesto que utiliza el comercial.**

2. **¿Cómo le explicarías a Roberto qué riesgo legal corre la empresa si acepta este supuesto sin pedir certificados?**

Conocimientos previos

Imagina que eres el dueño de una empresa de transporte y tienes que despedir a un conductor o elegir a un nuevo proveedor. Te llegan estos dos informes:
Informe A: "*El conductor es un poco descuidado y no me gusta su actitud*."
Informe B: "*El conductor ha tenido 3 multas por exceso de velocidad este mes y ha llegado tarde al 15% de sus entregas*."
¿Cuál de los dos informes te da más seguridad para tomar una decisión legal o económica? ¿Por qué?

APRENDEMOS

3 Tercer objetivo: establecer un juicio argumentado.

En el ámbito profesional, la credibilidad no depende de lo que piensas, sino de **cómo sostienes** lo que piensas. Debemos diferenciar radicalmente entre una opinión subjetiva y un juicio profesional.

La diferencia entre el *"Yo creo"* y el "*Se demuestra"*

Un juicio profesional debe cumplir dos condiciones indispensables:

1. **Autonomía:** es el resultado de tu propio análisis crítico, no una repetición de lo que otros dicen.
2. **Argumentación:** está anclado en evidencias, datos o hechos verificables.

La siguiente tabla muestra una comparativa sobre cómo un mismo dato se puede ofrecer en base a un juicio débil o un juicio fuerte:

Juicio débil (opinión vacía)	**Juicio FUERTE (ARGUMENTADO)**	**¿Por qué es fuerte?**
"Ese proveedor es malo."	"Ese proveedor es ineficiente porque tiene un **20% de retrasos registrados**."	Sustituye el adjetivo subjetivo ("malo") por un dato cuantificable.
"Creo que falta personal."	"Falta personal: el **ratio de paquetes por empleado ha subido un 40%** este mes."	Transforma una sensación en una correlación causa-efecto.

El método: la fórmula del juicio profesional

Para emitir juicios que nadie pueda rebatir, aplicamos un proceso de tres pasos. Es una cadena lógica donde cada eslabón sostiene al siguiente:

1. **Observación:** identificas el síntoma o el hecho inicial. *(¿Qué está pasando?)*
2. **Evidencia:** buscas el respaldo documental, estadístico o textual. *(¿Cómo lo pruebo?)*
3. **Conclusión:** emites el juicio definitivo basándote en el cruce de los dos puntos anteriores. *(¿Qué significa esto?)*

> **Regla de oro:** Si no puedes encontrar la **evidencia**, tu **observación** sigue siendo una simple opinión y no debe formar parte de un informe técnico.

Desarrollo

Ahora Martín va a analizar la información de la empresa Suministros Ya, S.L.

Un operario le dice a Martín por el pasillo: *"Ese proveedor es muy malo, nos va a traer problemas"*.

Roberto le dice a Martín: *"Martín, eso es una opinión vacía. Usa la ficha de control de calidad para convertir esa frase en un **juicio fuerte**"*.

Ficha de control de "Suministros Ya, S.L. (último mes):

- **Pedidos totales realizados:** 10 pedidos.
- **Incidencias registradas:** 5 pedidos llegaron tarde y 2 cajas venían rotas.

Aplica la fórmula de tres pasos para que puedan presentar una queja formal:

1. **Observación:** identifica el hecho (¿qué está fallando?).

2. **Evidencia:** extrae el dato numérico que lo demuestra.

3. **Conclusión (juicio fuerte):** redacta la frase final que sustituya al "Ese proveedor es malo" siguiendo el modelo: *"El proveedor es ineficiente porque..."*.

Desenlace

Tras completar el análisis de las tres carpetas que corresponden a las tres empresas, Roberto le pregunta a Martín:
"Entonces, ¿qué hacemos? ¿Compramos la UltraLift de Logística Vanguardia, S.A., nos arriesgamos con Máquinas Rápidas S.L. o con Suministros Ya, S.L.?"
La elección de Martín: Martín elige **rechazar las tres propuestas actuales** en su forma presente y recomienda **abrir un proceso de licitación basado en una "Matriz de Decisión Técnica"**.
¿Cómo lo elige? Martín aplica su capacidad crítica de la siguiente manera:
Ignora la fama del Dr. Arispe y el rumor del foro respecto a la empresa Logística Vanguardia, S.A para centrarse únicamente en la comparativa de fichas técnicas.
Envía un correo formal a "Máquinas Rápidas, S.L." indicando que, sin los certificados industriales correspondientes, su oferta queda descartada automáticamente por política de prevención de riesgos.
Presenta a Roberto el informe de "Suministros Ya, S.L." para demostrar que no se puede confiar en proveedores que "parecen buenos" si los datos de las últimas entregas dicen lo contrario.

Reflexión

Al aplicar los tres objetivos, Martín ha comprendido que la credibilidad en el entorno laboral no se construye sobre opiniones, sino sobre la capacidad de sostener afirmaciones mediante hechos verificables. Esta transición de la "opinión vacía" al "juicio fuerte" le permite proteger a la empresa de decisiones precipitadas y asegurar un entorno de trabajo basado en la transparencia y el rigor técnico.

A partir de hoy, cuando escuches frases como *"Es obvio que..."* o *"Todo el mundo sabe..."*, tu mente activará una alerta. Ya no eres un pasajero de la opinión ajena; ahora eres el arquitecto de tus propias conclusiones.

5. Gestión de la información y ética

Objetivos de aprendizaje

1 Primer objetivo: tipos de fuentes y selección de datos.
2 Segundo objetivo: el respeto a la autoría.

La misión de Martín: demostrar que los datos que va a presentar en su informe final son reales, éticos y están impecablemente presentados.

Roberto está impresionado con los juicios de Martín, pero ahora le pide el paso final antes de redactar:

"Martín, no quiero que este informe parezca un 'corta y pega' de Google. Necesito saber de dónde sacas los datos y que respetes el trabajo de otros expertos. Si usamos una idea que no es nuestra, hay que decir de quién es".

Actividad:

Martín recibe un correo de Roberto:

*Martín, el éxito de esta propuesta de **150.000€** depende enteramente de tu capacidad para demostrar que los datos son **reales, éticos y están impecablemente presentados**.*
Estoy muy impresionado con los juicios y el criterio que has mostrado hasta ahora, pero antes de pasar a la redacción definitiva, necesito que cumplas con esta misión final:
No quiero que este informe parezca un "corta y pega" de Google. Para que la junta directiva dé el visto bueno, debemos ser transparentes:
***Origen de los datos:** debes aportar con precisión de dónde vienen todos los datos obtenidos (estadísticas de consumo, proyecciones de ahorro o precios de mercado).*
***Respeto intelectual:** necesito que respetes el trabajo de otros expertos. Si utilizamos una idea, una metodología o un análisis que no es estrictamente nuestro, **hay que decir de quién es**.*
***Integridad ética:** la honestidad en las fuentes es lo que dará peso a tu criterio. Si citamos a un ingeniero o una consultora externa, dales su lugar en el documento.*
***Recuerda:** Si la junta detecta un solo dato sin fundamento o una idea apropiada sin permiso, perderemos la credibilidad y la inversión se cancelará. Confío en tu integridad para que este informe sea sólido y honesto.*

Ahora, Martín debe cumplir con estas premisas para redactor su informe final.

Conocimientos previos

Hoy hace mucho frío. Un compañero de trabajo te dice por lo bajo: "*Me han dicho que la calefacción se ha roto y que mañana no la van a encender, así que tráete el abrigo más gordo que tengas*". Sin embargo, tú ves que los técnicos de mantenimiento están trabajando tranquilos y nadie ha dicho nada de forma oficial.

¿Te vas a creer lo que dice el compañero sin preguntar a nadie más?

¿Qué harías tú? (Elige una opción):
A. Me asusto y llamo a todos mis compañeros para avisarles de que pasaremos frío.
B. No digo nada, pero mañana vengo con tres jerséis y bufanda por si acaso.
C. Pregunto al responsable o miro el tablón de anuncios para ver si hay un aviso oficial.
D. Ignoro al compañero porque siempre está contando chismes.

¿Por qué crees que la opción que has elegido es la mejor?

Encuentras un papel en la sala de descanso con las "*Nuevas normas de seguridad*". Te das cuenta de que el papel está amarillento y pone que la fecha es del año 2005. ¿Crees que esas reglas sirven para hoy?

¿Qué pasa si seguimos reglas viejas en un trabajo que ha cambiado mucho?

APRENDEMOS

1 Primer objetivo: tipos de fuentes y selección de datos.

En la era de la sobreinformación, un investigador debe ser un "detective" de la verdad y un "caballero" del respeto intelectual.

No toda la información vale lo mismo. Para investigar, clasificamos las fuentes en:

- **Fuentes primarias:** son el "testigo directo". Es la información original, sin filtros.
  - *Ejemplos:* Una entrevista grabada, una ley publicada en el BOE, los resultados de un experimento de laboratorio o una fotografía histórica.
- **Fuentes secundarias:** son el "comentario". Alguien ha leído la fuente primaria y la explica o resume.
  - *Ejemplos:* un libro de texto, una noticia de periódico que resume un estudio médico o una enciclopedia.

¿Cómo saber si una fuente es de fiar? (el método C.A.A.)

1. **C**ontraste: ¿aparece esta misma información en otros sitios serios?
2. **A**utoría: ¿quién lo firma? ¿Es una institución oficial (como una Universidad o un Ministerio) o es un blog anónimo?
3. **A**ctualización: ¿de qué año es? En ciencia y tecnología, una fuente de hace 10 años puede estar totalmente obsoleta.

Desarrollo

Martín tiene que decidir qué información incluir en el apartado de "Seguridad Energética". Ha encontrado tres fuentes distintas, pero solo tiene tiempo para usar la más fiable.

- **Fuente 1:** un vídeo de un *tiktoker* que dice que las carretillas eléctricas explotan. No cita estudios y el vídeo es de hace 4 años.
- **Fuente 2:** un artículo del Ministerio de Industria (publicado hace 6 meses) con estadísticas oficiales sobre la seguridad de las baterías de litio.
- **Fuente 3:** un comentario en un foro de usuarios donde alguien dice: "*A mí me funcionan bien, pero no sé por qué".*

1. **Aplica el método C.A.A. (Contraste, Autoría, Actualización) y decide cuál es la fuente primaria más fiable.**

2. **Explica por qué descartas las otras 2 fuentes.**

Conocimientos previos

Imagina que dedicas semanas a investigar un tema y finalmente escribes un artículo con una conclusión brillante. Unos días después, ves que otra persona publica exactamente lo mismo en una red social sin mencionarte y recibe todo el crédito.
¿Cómo te sentirías al ver tu esfuerzo atribuido a otra persona?

¿Qué valor crees que tiene el "nombre" del autor en una obra?

Citar a un autor no es solo una regla técnica; es una forma de decirle al lector: *"He investigado, he leído a expertos y aquí están mis fuentes"*.
¿Crees que reconocer las fuentes de otros hace que tu trabajo sea más débil o, por el contrario, le da más autoridad y credibilidad? Explica por qué.

APRENDEMOS

2 Segundo objetivo: el respeto a la autoría.

La investigación se basa en construir sobre lo que otros ya han descubierto. Por eso, el reconocimiento es fundamental.

- **Plagio (robo intelectual):** es copiar una frase, una idea o un gráfico de otra persona y presentarla como si fuera tuya. Es una falta de ética grave y, en muchos ámbitos, un delito.
- **Cita (respeto intelectual):** es mencionar explícitamente de dónde has sacado la información. Citar no te hace parecer "menos listo"; al contrario, demuestra que has investigado y que tus argumentos tienen apoyo de expertos.

¿Cómo citar correctamente de forma sencilla? No hace falta ser un experto en normas APA (regulación estandarizada del formato de los documentos) para empezar. Basta con usar fórmulas como:

- *"Según indica el informe de la Agencia de Energía (2023)..."*
- *"Como afirma el autor Martínez en su libro 'El futuro del motor'..."*
- *"Tal y como se observa en los datos publicados por el INE..."*

Desarrollo

Martín quiere incluir una frase muy importante que ha leído de una ingeniera experta llamada Elena Valiente. Roberto le advierte: *"Martín, si pones sus palabras como si fueran tuyas, estarás cometiendo plagio"*.

Texto original de Elena Valiente (2024):

"La eficiencia de un almacén no depende solo de las máquinas, sino de la formación técnica de quienes las operan."

1. **Ayuda a Martín a evitar el plagio redactando una cita directa (usando comillas y el nombre de la autora).**

2. **Ayuda a Martín a realizar una paráfrasis (decir la misma idea con sus propias palabras pero reconociendo a la autora).**

Desenlace

Martín ha eliminado las fuentes dudosas para los datos de su informe. Al aplicar el filtro C.A.C. y aprender a citar a Elena Valiente, el documento de Martín ya no es solo un conjunto de notas, sino una investigación ética y profesional.
Roberto le da una palmadita en el hombro:
"*Ahora sí, Martín. Esta información que me presentas tiene el rigor de un experto. Solo nos queda darle forma para la reunión con los dueños".*

Reflexión

Al gestionar las fuentes de manera ética, Martín ha pasado de ser un simple recopilador de datos a un investigador responsable. Ha comprendido que el respeto a la autoría no es solo una norma, sino la base de su propia credibilidad: citar a otros no debilita su informe, sino que lo blinda con el apoyo de autoridades en la materia.

6. Producción y comunicación.

Objetivos de aprendizaje
1 Primer objetivo: dinamismo, estética y precisión del texto.
2 Segundo objetivo: estructuración del pensamiento crítico.
3 Tercer objetivo: lenguaje visual: tablas, gráficos e infografías.
4 Cuarto objetivo: comunicación oral: del papel al discurso

Martín tiene los datos, pero Roberto sabe que los dueños de **Suministros Industriales, S.A.** no buscan datos, buscan seguridad. La misión consiste en transformar 150.000€ de "gasto" en una "oportunidad de oro".

"La misión de Martín: transformar 150.000€ de "gasto" en una "oportunidad de oro".

Martín tiene los datos, pero Roberto sabe que los dueños de Suministros Industriales, S.A. no buscan datos, buscan seguridad.

Actividad

Martín tiene toda la información analizada y verificada. Ahora llega el momento de la verdad: debe redactar la propuesta definitiva y presentarla ante los dueños de "Suministros Industriales, S.A." para que aprueben la inversión de 150.000€.

Roberto le advierte: *"Martín, si el informe es aburrido o difícil de leer, no nos darán el dinero. Haz que impacte"*.

Conocimientos previos

Piensa en el último artículo o correo largo que dejaste de leer a la mitad. ¿Fue por falta de interés en el tema o por la forma en que estaba escrito?

Si tuvieras que comparar ese texto con un sonido, ¿sería un ritmo constante (monótono) o una melodía con cambios? ¿Qué te suele cansar más al leer?

A veces, para explicar que alguien es "muy trabajador", decimos que "es una hormiga". ¿Por qué crees que una comparación ayuda a entender mejor una idea que una descripción técnica?

Lee estas dos frases:
A) *"Hicieron una reunión para hablar de las cosas que pasan en la oficina"*.
B) *"Convocaron una sesión para abordar las irregularidades operativas"*.
¿Cuál te transmite más autoridad? ¿Por qué?

APRENDEMOS

1 Primer objetivo: dinamismo, estética y precisión del texto.

Escribir bien no es solo poner información; es lograr que la otra persona quiera leerte hasta el final. Un texto puede ser perfecto en sus datos, pero si es aburrido, nadie le hará caso.

Imagina que leer es como escuchar música. Si todas las notas son iguales, te duermes. Aquí tienes cómo evitarlo:

1. **Cambia el tamaño de tus frases:** No hagas que todas sean cortas ni todas larguísimas. Mezcla frases de una sola línea con otras un poco más largas para que el texto "respire".
2. **Usa ejemplos creativos (metáforas):** Si algo es difícil de explicar, compáralo con algo sencillo.
   - *Ejemplo:* En lugar de decir "el mercado es inestable", di "el mercado es una montaña rusa".
3. **Usa palabras "potentes":** Evita palabras aburridas como "hacer", "cosas" o "bueno". Busca palabras que tengan más fuerza.
   - *Aburrido:* "Hicieron una ley".
   - *Mejor:* "Promulgaron una ley".
4. **Usa puentes (conectores):** Ayuda al lector a pasar de una idea a otra con palabras como: *Sin embargo, Por eso, Además, En conclusión.*

Ser creativo no es usar palabras adornadas o difíciles. Ser creativo es encontrar **la palabra justa**.

- Si usas la palabra correcta, ahorras tiempo y espacio.
- No des mil vueltas para explicar algo si existe una palabra que lo define perfectamente.

Desarrollo

Martín ha escrito un borrador, pero suena monótono y utiliza verbos "comodín". Roberto le ha pedido que lo mejore para que tenga más fuerza profesional.

Texto del borrador de Martín:

"Tenemos que revisar el protocolo de seguridad porque se han detectado fallos en la zona de carga y es peligroso para los empleados, así que vamos a proponer una reunión el lunes para solucionarlo entre todos de forma urgente."

1. **Ritmo. Reescribe el párrafo anterior combinando una frase larga, una corta y otra de longitud media para que el texto "respire".**

2. **Verbos de acción. Sustituye los verbos en negrita por otros más potentes (opciones: *optimizar, implementar, subsanar, mitigar*).**
   - "Hay que **hacer** un nuevo protocolo".

   Hay que ____ un nuevo protocolo.

   - "Logré **hacer** los tiempos de entrega más cortos".

   "Logré ____ los tiempos de entrega más cortos".

   - "Debemos **hacer** el error detectado en el muelle".

   "Debemos ____ el error detectado en el muelle".

3. **Metáforas. Transforma estas frases aburridas en imágenes potentes:**

   "El equipo de trabajo no está coordinado":

   Nuestra coordinación es...

   "El presupuesto para este año es muy escaso".

   El presupuesto es...

Conocimientos previos

Imagina que estás en una discusión sobre un tema que te apasiona.
¿Sueles decir directamente lo que piensas desde el principio, o vas soltando pistas y dejas que la otra persona adivine tu conclusión al final?

Imagina alguien te dice "*No estoy de acuerdo contigo*": ¿cuál crees que sería la reacción más correcta?

a) Repites tu opinión con más fuerza (más volumen)
b) Buscas un ejemplo, un dato o una experiencia de alguien que sepa más que tú para demostrar que tienes razón

Si presentas una prueba (un dato), ¿explicas por qué esa prueba te da la razón o asumes que es "obvio"?

Piensa en el final de una película o un libro que te haya gustado mucho.
¿El final solo repetía lo que ya habías visto, o te dejó pensando en qué pasaría después?

APRENDEMOS

2 Segundo objetivo: estructuración del pensamiento crítico.

Un texto crítico es aquel donde tú das tu opinión basada en pruebas. Se hace en tres partes:

Paso 1: Tu idea principal (la tesis)

En el primer párrafo, deja claro qué piensas. No des rodeos. Di si estás de acuerdo, si estás en contra o si quieres corregir algo que otros dijeron.

Paso 2: Las pruebas (el cuerpo)

No digas "yo creo porque sí". Usa datos o lo que dicen los expertos.

- Muestra la prueba.
- Explica qué tiene que ver esa prueba con tu opinión. **No dejes que el lector lo adivine, explícaselo.**

Paso 3: El final inteligente (la conclusión)

No repitas lo mismo que ya dijiste. El mejor cierre es el que mira al futuro:

- ¿Qué va a pasar ahora?
- ¿Qué solución propones?
- ¿Qué nuevas preguntas nos debemos hacer?

Resumen en una frase:

Escribe con orden para que te entiendan, pero con variedad para que te disfruten.

Desarrollo

Martín debe redactar el núcleo de su propuesta. Roberto le explica que un texto crítico no es soltar una opinión, sino seguir tres pasos: **tesis**, **cuerpo** y **conclusión**.

Ayuda a Martín a organizar estas tres ideas sueltas en un párrafo coherente siguiendo el orden lógico:

- *Idea A (pruebas):* "El informe técnico muestra que las nuevas máquinas reducen el consumo un 30% y evitan lesiones de espalda".
- *Idea B (tesis):* "Es necesario sustituir las carretillas diésel actuales por el modelo eléctrico X-200".
- *Idea C (conclusión/futuro):* "Esta inversión nos permitirá ser líderes en logística sostenible y reducir costes operativos en dos años".

1. **Orden. ¿En qué orden (A, B o C) debe ponerlas para que el pensamiento sea crítico y estructurado?**

2. **Redacción. Escribe el párrafo final usando conectores (como: *Por esta razón, Además, En conclusión*).**

Conocimientos previos

Imagina que te entregan un informe de 20 páginas lleno solo de texto y números. Al lado, te entregan una sola lámina con dibujos, flechas y colores que resumen el mismo tema.
¿Cuál mirarías primero y por qué?

A menudo vemos gráficos en las noticias o redes sociales:
Si ves un gráfico de barras, ¿qué es lo primero que busca tu ojo: la barra más alta o los números pequeños de la base? ¿Por qué?

Piensa en las señales que hay en un hospital o en un aeropuerto (flechas, monigotes, símbolos de prohibido).
¿Por qué crees que no ponen carteles largos con explicaciones escritas en su lugar?

¿Qué crees que pasaría si esas señales fueran todas del mismo color y tamaño?

3 Tercer objetivo: lenguaje visual: tablas, gráficos e infografías.

En investigación, a veces "una imagen vale más que mil palabras". El lenguaje visual ayuda a sintetizar datos complejos.

- **Tablas:** sirven para organizar datos exactos y permitir comparaciones rápidas.
  - *Consejo:* usa encabezados claros y no satures la tabla de filas.
- **Gráficos:** transforman números en formas visuales.
  - **Gráfico de barras:** ideal para comparar cantidades entre grupos.
  - **Gráfico de líneas:** perfecto para mostrar la evolución de algo en el tiempo.
  - **Gráfico de sectores (quesito):** útil para mostrar porcentajes del total.
- **Infografías:** combinan textos cortos, iconos y gráficos para contar una historia completa de un solo vistazo. Es la herramienta más creativa y eficaz para comunicar conclusiones de una investigación al público general.

Para profundizar más y ver ejemplos de estas prácticas, visualiza el **VÍDEO "Lenguaje visual" (no disponible en el documento)**

Desarrollo

Martín debe decidir cómo presentar los datos. Roberto le dice: *"No les leas una lista de números, enséñales el dibujo del éxito"*.

Datos que tiene Martín:

- **Dato 1:** comparar el precio de compra entre las 3 marcas candidatas.
- **Dato 2:** mostrar la evolución de los accidentes en el almacén de los últimos 5 años (si han subido o bajado).
- **Dato 3:** mostrar qué parte del presupuesto se gasta en máquinas, qué parte en formación y qué parte en seguros.

1. **Según la información que aporta cada dato, indica qué gráfico sería perfecto para mostrar esos datos: gráfico de barras, gráfico de líneas o gráfico de sectores (quesito).**

Dato 1:

Dato 2:

Dato 3:

Martín ya ha redactado su informe y se lo ha enseñado a Roberto. Así ha quedado el informe final:

INFORME TÉCNICO: PLAN DE RENOVACIÓN DE FLOTA LOGÍSTICA

A la atención de: Dirección de Operaciones (D. Roberto García)

Elaborado por: Martín Sánchez (Jefe de Almacén)

Fecha: 22 de Mayo de 2024

1. INTRODUCCIÓN Y TESIS

Es necesario sustituir de manera inmediata las carretillas diésel actuales por el modelo eléctrico de alta eficiencia X-200. **Por esta razón**, la presente propuesta se fundamenta en la necesidad de modernizar nuestra operativa bajo criterios de seguridad, sostenibilidad y rentabilidad económica. La situación actual de la flota es peligrosa debido a la obsolescencia técnica de los equipos, lo que compromete la integridad de los empleados y la fluidez del servicio.

2. CUERPO: EVIDENCIAS Y ANÁLISIS TÉCNICO

La investigación realizada arroja datos concluyentes que respaldan esta inversión. El informe técnico oficial muestra que las nuevas máquinas reducen el consumo energético un 30% y, gracias a su diseño ergonómico, mitigan el riesgo de lesiones lumbares en el personal.

2.1. Juicio Profesional sobre Proveedores

Tras auditar al proveedor actual mediante la **Fórmula del Juicio Profesional**, se ha determinado que "Suministros Ya, S.L." es ineficiente para este proyecto. El registro de control de calidad muestra un 50% de retrasos en las entregas y un 20% de mercancía dañada en el último mes. **En conclusión**, mantener este proveedor supone un riesgo logístico inasumible.

2.2. Rigor y Ética de la Información

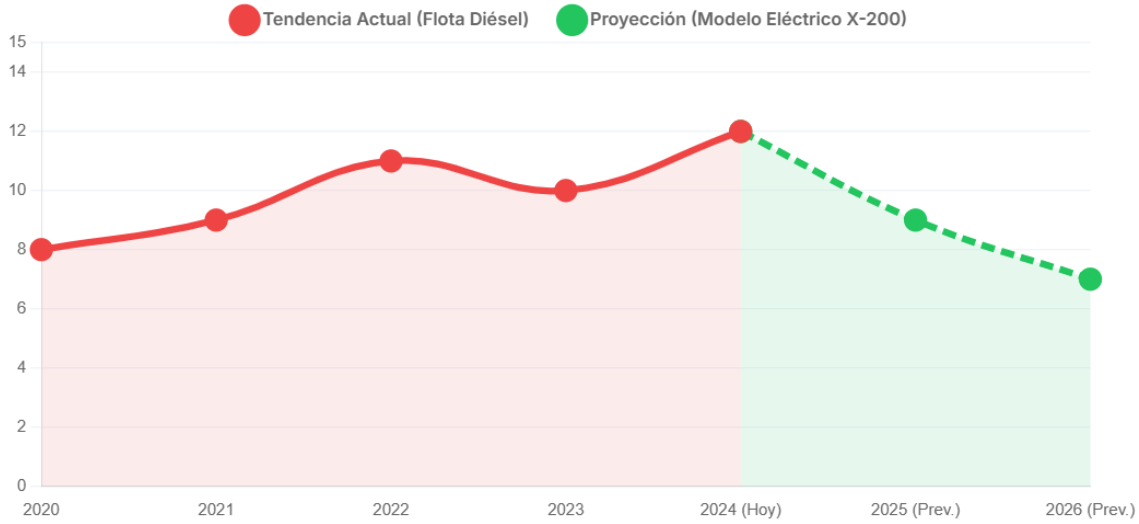
Para asegurar la validez de estos datos, se ha consultado un **artículo del Ministerio de Industria** publicado hace solo seis meses. Este documento aporta estadísticas oficiales que confirman los altos estándares de seguridad de las baterías de litio actuales, disipando cualquier duda sobre su fiabilidad en el entorno industrial. Asimismo, como afirma la ingeniera experta Elena Valiente (2024): *"La eficiencia de un almacén no depende solo de las máquinas, sino de la formación técnica de quienes las operan"*. Siguiendo esta premisa, el plan incluye un programa de capacitación técnica para la plantilla.

3. LENGUAJE VISUAL: RESUMEN DE DATOS

Concepto	Inversión Estimada	Impacto Operativo
Adquisición X-200	120.000 €	Reducción 30% consumo

Formación Técnica	15.000 €	Eliminación errores de uso
Mantenimiento Preventivo	15.000 €	Extensión vida útil 5 años

Gráfico de Líneas: Evolución prevista de accidentes



La tendencia muestra un descenso del 40% en siniestralidad proyectada para el primer bienio.

4. CONCLUSIÓN Y PROYECCIÓN DE FUTURO

Esta inversión no es un gasto, sino un motor de cambio. Implementar la flota eléctrica nos permitirá ser líderes en logística sostenible y **subsanar** los costes operativos actuales, logrando un retorno de la inversión en solo dos años.

¿Estamos preparados para liderar la logística del futuro o seguiremos anclados en una operativa obsoleta?

Actividad

Quedan 2 días para la presentación del informe de Martín a los dueños de la empresa. Roberto manda el siguiente correo a Martín:

"Martín, recuerda que los dueños no tienen tiempo. Si no entienden el beneficio en los primeros 5 minutos, habremos perdido. Sé breve, sé brillante y vete".

Ahora Roberto debe adaptar su informe escrito a la presentación oral de tal manera que convenza a los dueños de la empresa Suministros Industriales, S.A. de aprobar de la inversión de 150.000€.

Conocimientos previos

Imagina que un conferenciante sube al escenario y se limita a leer un folio de arriba abajo sin levantar la vista.
¿Qué sientes como espectador después de dos minutos?

- La persona A lo dice mirando al suelo y con los brazos cruzados.
- La persona B lo dice mirando a los ojos y moviendo las manos.

¿A quién te creerías más y por qué? ¿Qué crees que transmiten los brazos cruzados en una exposición?

A veces, un orador se queda en silencio 3 segundos después de decir algo importante. ¿Qué crees que intenta conseguir con ese silencio? ¿Es un error o es una técnica?

¿Cómo te sientes cuando alguien habla muy rápido y no deja espacios entre ideas?

Vas a exponer tu investigación y tienes miedo de olvidarte de algo.
¿Qué crees que es mejor: llevar el texto completo subrayado o una ficha con solo 4 o 5 palabras clave? ¿Cuál de las dos opciones te permite conectar mejor con tu audiencia?

4 Cuarto objetivo: comunicación oral: del papel al discurso.

Comunicar una investigación escrita no es "leer en voz alta". Es un proceso de adaptación donde el objetivo es que la audiencia asimile datos complejos de forma sencilla.

A. La transformación del texto.

- **Del lenguaje escrito al hablado:** un texto escrito suele tener frases largas y complejas. Para el discurso oral, debes **trocear las ideas**: usa frases cortas y una sola idea por oración.
- **Marcadores de navegación:** al hablar, el público no puede "volver atrás" como en un libro. Debes decirles dónde estás: "Ahora que hemos visto las causas, pasemos a los resultados...".
- **El uso de las notas:** nunca leas un párrafo completo. Utiliza una **ficha con puntos clave** o palabras activadoras. Esto te obligará a mirar al público y hablar con naturalidad.

B. El dominio de la voz (lenguaje paraverbal) y el lenguaje corporal (lenguaje no verbal). Como ya sabes, esto se ha estudiado en unidades anteriores (unidad 4), pero a continuación, se recuerdan las técnicas clave:

- **La entonación:** evita la monotonía. Sube el tono en las preguntas retóricas o en los datos sorprendentes.
- **La velocidad:** cuando digas un dato numérico o una conclusión importante, **habla más despacio**.
- **El silencio estratégico (Técnica de la X):** deja pasar 2 o 3 segundos después de una afirmación importante. Ese silencio es el que permite al oyente "digerir" la información.

- **Contacto visual:** no mires al suelo ni a tus notas constantemente. Reparte tu mirada entre los asistentes (o la cámara) para generar confianza.
- **Postura:** mantén una posición abierta. No cruces los brazos, ya que esto crea una barrera entre tu investigación y la audiencia.
- **Gesticulación:** usa las manos para enfatizar (por ejemplo, marcando el número uno con los dedos al decir "el primer punto").

Desarrollo

Martín ha estado trabajando en la adaptación del informe escrito a su presentación oral para presentarlo ante los dueños de la empresa.

Graba un audio en como si fueras Martín presentando su informe y súbelo a la plataforma.

Recuerda que presentar una investigación no consiste en leer en voz alta y utiliza las técnicas de lenguaje no verbal y paralenguaje para que tu presentación oral sea exitosa.

Desenlace

Martín cierra su presentación. El silencio en la sala es total tras su última frase. Los dueños sonríen y aprueban la inversión. Roberto le felicita: *"Martín, has demostrado que la investigación es la mejor herramienta para convencer a los demás"*.

Reflexión final

Martín ha comprendido que la credibilidad profesional no solo depende de los datos, sino de cómo se presentan. Ha pasado de ser un técnico que "da su opinión" a un experto que construye juicios sólidos, utiliza el lenguaje visual para sintetizar y domina la comunicación oral para liderar el cambio en su empresa.

7. Autoevaluación.

Actividad 1. Análisis de tipologías textuales e interpretación crítica del texto.

Objetivo: Analizar e interpretar de forma crítica textos de diferente tipo (científico, humanístico, técnico y literario), y expresar con autonomía juicios fundamentados en argumentos sólidos.

Conocimientos básicos

- **Dato vs. opinión.** Si un texto dice que *"el uso de pantallas antes de dormir reduce la melatonina"* y otro dice que *"es una falta de respeto usar el móvil en la cena"*, ¿cuál de los dos crees que es un **hecho comprobado** y cuál es una **valoración personal**? ¿En qué te basas para diferenciarlos?

Respuesta:

- La intención del autor. ¿Crees que un manual de instrucciones de un teléfono tiene la misma intención que un poema sobre la soledad tecnológica? Explica qué busca conseguir el lector al leer cada uno de ellos.

Respuesta:

Instrucciones:
Lee los siguientes tres fragmentos y contesta las preguntas de análisis posterior a cada texto.

Texto A:
"Activación del Modo Descanso en Sistemas Operativos:

1. Diríjase al menú de 'Ajustes' o 'Configuración' de su terminal.
2. Seleccione el apartado 'Pantalla y brillo'.
3. Pulse sobre la opción 'Filtro de luz azul' o 'Night Shift'.
4. Programe el horario de activación automática (se recomienda de 22:00 a 07:00).
5. Ajuste el control deslizante hacia 'Más cálido' para maximizar el filtrado de emisiones de onda corta."

1. ¿Qué tipo de texto es el texto A: ¿científico, técnico, literario o humanístico?
Respuesta:

2. Indica los rasgos lingüísticos que identifican al texto, es decir, qué palabras clave te hacen pensar que este texto es científico, técnico, literario o humanístico.
Respuesta:

3. Indica cuál es la idea principal del texto.
Respuesta:

Texto B:
"La exposición a la luz azul emitida por dispositivos LED podría, según algunos indicios, inhibir la secreción de melatonina. Se supone que este fenómeno altera el ritmo circadiano, aunque parece ser que los datos no son concluyentes. Cabe la posibilidad de que el uso de móviles antes de dormir no sea tan perjudicial."

4. ¿Qué tipo de texto es el texto B: ¿científico, técnico, literario o humanístico?
Respuesta:

5. Indica los rasgos lingüísticos que identifican al texto, es decir, qué palabras clave te hacen pensar que este texto es científico, técnico, literario o humanístico.
Respuesta:

7. El Texto B presenta expresiones que indican falta de certeza o suposición.
Respuesta:

1.
2.
3.
4.

8. ¿Por qué el uso de estas expresiones se considera un "riesgo" en un texto que pretende ser científico o de investigación?
Respuesta:

9. Imagina que ahora tienes los resultados confirmados de un laboratorio. Tu tarea es reescribir el Texto B eliminando todos los supuestos y convirtiéndolos

en hechos probados (afirmaciones directas y objetivas). Usa el nombre de un laboratorio para dar los hechos por probados.

Ejemplo de transformación: "*Podría llover"* (supuesto) → "Lloverá" / "*Se registran precipitaciones"* (hecho).

Respuesta:

Texto C:
"Vivimos encadenados a una pantalla que nos roba incluso el último refugio de libertad: el sueño. Hemos sustituido el silencio de la noche por el ruido incesante de las notificaciones, convirtiéndonos en esclavos de una vigilia artificial. ¿Es este el progreso que buscábamos? Al sacrificar el descanso en el altar de la hiperconectividad, estamos perdiendo la capacidad de introspección que solo la oscuridad y el silencio pueden brindarnos."

10. ¿Qué tipo de texto es el texto C: ¿científico, técnico, literario o humanístico?
Respuesta:

11. Indica los rasgos lingüísticos que identifican al texto, es decir, qué palabras clave te hacen pensar que este texto es científico, técnico, literario o humanístico.
Respuesta:

12. Indica cuál es la idea principal del texto.
Respuesta:

13. El autor utiliza un lenguaje con una fuerte carga emocional. Traduce las siguientes expresiones literarias a un lenguaje puramente objetivo.

Expresión metafórica	**Realidad objetiva (lo que sucede realmente)**
"encadenados a una pantalla"	*El uso persistente y dependiente de dispositivos electrónicos.*
"nos roba el último refugio"	

"esclavos de una vigilia artificial"	
"sacrificar en el altar de..."	

Actividad 2. Gestión de la información y ética en la producción de textos argumentados.

Objetivo

Gestionar la información de forma ética para establecer una opinión basada en datos y respetar la autoría para la producción de juicios argumentados.

Conocimientos básicos

- ¿Qué diferencia hay entre decir "la tecnología es mala para dormir" y decir "según el Texto B, la luz azul interfiere en la melatonina"? ¿Cómo cambia la percepción del lector sobre tu seriedad como autor?

Respuesta:

- El lenguaje que usamos construye nuestra autoridad. ¿Qué imagen proyectas cuando usas términos imprecisos frente a términos técnicos?

Respuesta:

- Al redactar un juicio argumentado, si lanzas tu conclusión al principio sin haber presentado las razones antes, ¿qué efecto crees que tiene en la capacidad de convencer a alguien que piensa distinto a ti?

Respuesta:

- **¿Cuál es el orden lógico en u juicio argumentado?**

Respuesta:

Instrucciones

Redacta un texto de juicio argumentado de entre 200 y 250 palabras respondiendo a la siguiente pregunta:

"¿Deberían las empresas tecnológicas ser responsables de diseñar dispositivos menos adictivos y más saludables para proteger a los usuarios?"

Para realizar la actividad, aquí tienes 4 fuentes:
Advertencia: Una de estas fuentes es **no fiable**, carece de base científica y contiene sesgos personales. Tu primera tarea es identificarla y **excluirla** de tu argumentación.

- **Fuente A (Instituto de Salud Carlos III):** Impacto de las pantallas en el sueño de los adolescentes. *Resumen: La luz de onda corta (azul) suprime la melatonina y retrasa el inicio del sueño.*
- **Fuente B (Mayo Clinic en español):** Higiene del sueño: consejos para descansar mejor. *Resumen: Recomendaciones sobre el uso de dispositivos antes de dormir y su impacto en el ritmo circadiano.*
- **Fuente C (Foro "TecnoVida"):** *"Entrada de blog: Yo no creo que las pantallas hagan nada. Mi primo está con el móvil hasta las 3 de la mañana y es el más listo de la clase. Todo esto de la luz azul es una conspiración para que compremos filtros caros. La culpa es de los padres por no quitarles el móvil, no de las empresas."*
- **Fuente D (National Geographic España):** ¿Cómo afecta la luz azul a nuestros ojos?. *Resumen: Análisis sobre la fatiga visual digital y la responsabilidad del usuario y la industria.*

1. ¿Cuál es la fuente no fiable? Indica por qué.

Respuesta:

INSTRUCCIONES DE REDACCIÓN
Una vez que has leído las fuentes proporcionadas, ya puedes redactar tu texto. Debes cumplir con lo siguiente:

1. **Cita al menos dos de las fuentes fiables**.
2. **Usa terminología técnica:** melatonina, ritmo circadiano, vigilia artificial, higiene digital.
3. **Argumentación ética:** Debes posicionarte sobre si la responsabilidad es del **fabricante** (por el diseño del producto) o exclusivamente del **usuario**.
4. **Estructura:** El texto debe tener una introducción clara, un desarrollo con tus razones y una conclusión.
5. **Vocabulario:** No utilices palabras vagas como "cosa" o "malo". Debes utilizar términos precisos (ej: *perjuicio, inconveniente, patología, herramienta*).

Criterios de evaluación

Esta tabla te ayuda a cumplir los estándares de calificación para la actividad sobre responsabilidad tecnológica y salud.

Criterio	¿Lo he cumplido?	Observaciones
Fuentes		¿He citado correctamente las fuentes fiables?
Estructura		¿Hay introducción, desarrollo (razones) y conclusión?
Vocabulario		¿He evitado palabras como "cosa", "malo" o "bueno"?
Extensión		¿Mi texto tiene entre 200 y 250 palabras?
Autoría		¿He dejado claro qué ideas son mías y cuáles son datos externos?

Escribe aquí tu texto:

Actividad 3. Comunicación oral: transformando el discurso escrito en discurso oral.

Objetivo

Expresar oralmente información procedente de diferentes fuentes de manera clara, rigurosa, creativa, crítica y respetuosa.

Conocimientos básicos

- ¿Cuál es la principal diferencia entre la estructura de una frase en un informe escrito y una frase destinada a ser pronunciada en un discurso?

Respuesta:

- ¿Qué importancia tienen los marcadores de navegación en la comunicación oral? Proporciona 2 ejemplos.

Respuesta:

- ¿Qué elementos puedes utilizar en una exposición oral para evitar la monotonía?

Respuesta:

Instrucciones:

Graba un audio o vídeo (duración: 2-3 minutos) basado en el informe de la Actividad 2 y súbelo a la plataforma.

No debes leer el texto, sino adaptarlo para que la audiencia lo asimile fácilmente.

Debes aplicar las técnicas del punto 6.4 de la teoría "Comunicación oral: del papel al discurso":

1. **Transformación:** usa frases más cortas que las que escribiste en el informe.
2. **Marcadores de navegación:** usa expresiones como "En primer lugar...", "Lo más sorprendente es...", "Para concluir...".

3. **Técnica de la X:** haz un silencio de 3 segundos tras mencionar el dato más impactante de tu investigación.
4. **Paraverbal:** varía la entonación para no sonar monótono.

8. Solucionario autoevaluación

Actividad 1. Análisis de tipologías textuales e interpretación crítica del texto.

Objetivo: Analizar e interpretar de forma crítica textos de diferente tipo (científico, humanístico, técnico y literario), y expresar con autonomía juicios fundamentados en argumentos sólidos.

Conocimientos básicos

- **Dato vs. opinión.** Si un texto dice que *"el uso de pantallas antes de dormir reduce la melatonina"* y otro dice que *"es una falta de respeto usar el móvil en la cena"*, ¿cuál de los dos crees que es un **hecho comprobado** y cuál es una **valoración personal**? ¿En qué te basas para diferenciarlos?

> Hecho comprobado: "El uso de pantallas antes de dormir reduce la melatonina". Se basa en una evidencia científica medible y demostrable mediante estudios biológicos.
> Valoración personal: "Es una falta de respeto usar el móvil en la cena". Se basa en normas sociales, educación y valores subjetivos que varían según la persona o cultura.

- La intención del autor. ¿Crees que un manual de instrucciones de un teléfono tiene la misma intención que un poema sobre la soledad tecnológica? Explica qué busca conseguir el lector al leer cada uno de ellos.

> Manual de instrucciones: Busca informar y guiar al usuario para que realice una acción técnica con éxito. El lector busca una solución práctica.
> Poema: Busca expresar sentimientos y conmover al lector. El lector busca una experiencia estética o una conexión emocional con la soledad.

Instrucciones:
Lee los siguientes tres fragmentos y contesta las preguntas de análisis posterior a cada texto.

Texto A:
"Activación del Modo Descanso en Sistemas Operativos:

1. Diríjase al menú de 'Ajustes' o 'Configuración' de su terminal.
2. Seleccione el apartado 'Pantalla y brillo'.
3. Pulse sobre la opción 'Filtro de luz azul' o 'Night Shift'.
4. Programe el horario de activación automática (se recomienda de 22:00 a 07:00).
5. Ajuste el control deslizante hacia 'Más cálido' para maximizar el filtrado de emisiones de onda corta."

1. ¿Qué tipo de texto es el texto A: ¿científico, técnico, literario o humanístico?

Técnico.

2. Indica los rasgos lingüísticos que identifican al texto, es decir, qué palabras clave te hacen pensar que este texto es científico, técnico, literario o humanístico.

Uso de imperativos o formas de tratamiento directo ("Diríjase", "Seleccione", "Pulse"), léxico especializado del entorno digital ("terminal", "interfaz", "onda corta") y estructura enumerada.

3. Indica cuál es la idea principal del texto.

Explicar los pasos necesarios para configurar el filtro de luz azul en un dispositivo.

Texto B:

"La exposición a la luz azul emitida por dispositivos LED podría, según algunos indicios, inhibir la secreción de melatonina. Se supone que este fenómeno altera el ritmo circadiano, aunque parece ser que los datos no son concluyentes. Cabe la posibilidad de que el uso de móviles antes de dormir no sea tan perjudicial."

4. ¿Qué tipo de texto es el texto B: ¿científico, técnico, literario o humanístico?

Científico.

5. Indica los rasgos lingüísticos que identifican al texto, es decir, qué palabras clave te hacen pensar que este texto es científico, técnico, literario o humanístico.

Terminología biológica ("melatonina", "ritmo circadiano", "dispositivos LED").

6. Escribe aquí cuál es la idea principal del texto.

La posible relación entre la luz de las pantallas y la alteración del sueño, aunque sin pruebas definitivas aún.

7. El Texto B presenta expresiones que indican falta de certeza o suposición. Escríbelas aquí:

1. "Según algunos indicios"
2. "Se supone que"
3. "Parece ser que"
4. "Cabe la posibilidad"

8. ¿Por qué el uso de estas expresiones se considera un "riesgo" en un texto que pretende ser científico o de investigación?

Porque la ciencia busca la certeza. El uso de estas expresiones debilita la tesis del autor y resta autoridad al estudio, dejando el texto en el terreno de la especulación.

9. Imagina que ahora tienes los resultados confirmados de un laboratorio. Tu tarea es reescribir el Texto B eliminando todos los supuestos y convirtiéndolos en hechos probados (afirmaciones directas y objetivas). Usa el nombre de un laboratorio para dar los hechos por probados.

Ejemplo de transformación: "*Podría llover"* (supuesto) → "Lloverá" / "*Se registran precipitaciones"* (hecho).

Posible texto

"El Laboratorio de Cronobiología Aplicada ha confirmado que la exposición a la luz azul emitida por dispositivos LED inhibe la secreción de melatonina. Este fenómeno altera directamente el ritmo circadiano. Los datos son concluyentes: el uso de móviles antes de dormir es perjudicial para el descanso."

Texto C:

"Vivimos encadenados a una pantalla que nos roba incluso el último refugio de libertad: el sueño. Hemos sustituido el silencio de la noche por el ruido incesante de las notificaciones, convirtiéndonos en esclavos de una vigilia artificial. ¿Es este el progreso que buscábamos? Al sacrificar el descanso en el altar de la hiperconectividad, estamos perdiendo la capacidad de introspección que solo la oscuridad y el silencio pueden brindarnos."

10. ¿Qué tipo de texto es el texto C: ¿científico, técnico, literario o humanístico?

Humanístico.

11. Indica los rasgos lingüísticos que identifican al texto, es decir, qué palabras clave te hacen pensar que este texto es científico, técnico, literario o humanístico.

Uso de la primera persona del plural ("Vivimos", "estamos"), lenguaje figurado (metáforas), adjetivación valorativa ("incesante", "artificial") y preguntas retóricas.

12. Indica cuál es la idea principal del texto.

Una crítica a la pérdida de libertad y de capacidad de reflexión debido a la excesiva dependencia tecnológica.

13. El autor utiliza un lenguaje con una fuerte carga emocional. Traduce las siguientes expresiones literarias a un lenguaje puramente objetivo.

Expresión metafórica	**Realidad objetiva (lo que sucede realmente)**
"encadenados a una pantalla"	*El uso persistente y dependiente de dispositivos electrónicos.*
"nos roba el último refugio"	Reduce el tiempo y la calidad del descanso nocturno.
"esclavos de una vigilia artificial"	Personas que permanecen despiertas debido a la estimulación lumínica.
"sacrificar en el altar de..."	Priorizar la conexión digital por encima de la salud o el descanso.

Actividad 2. Gestión de la información y ética en la producción de textos argumentados.

Objetivo

Gestionar la información de forma ética para establecer una opinión basada en datos y respetar la autoría para la producción de juicios argumentados.

Conocimientos básicos

- ¿Qué diferencia hay entre decir "la tecnología es mala para dormir" y decir "según el Texto B, la luz azul interfiere en la melatonina"? ¿Cómo cambia la percepción del lector sobre tu seriedad como autor?

  Decir "la tecnología es mala para dormir" es una afirmación imprecisa y subjetiva. Por el contrario, decir "según el Texto B, la luz azul interfiere en la melatonina" es una argumentación fundamentada en evidencias.
  La segunda opción proyecta una imagen de rigor, seriedad y objetividad. El autor no solo opina, sino que demuestra conocimiento de la materia, lo que genera confianza en el lector.

- El lenguaje que usamos construye nuestra autoridad. ¿Qué imagen proyectas cuando usas términos imprecisos frente a términos técnicos?

  El uso de términos imprecisos proyecta una imagen de descuido o falta de formación. Los términos técnicos (precisión léxica) construyen una "autoridad intelectual", demostrando que el autor domina el tema y trata al lector con respeto profesional.

- Al redactar un juicio argumentado, si lanzas tu conclusión al principio sin haber presentado las razones antes, ¿qué efecto crees que tiene en la capacidad de convencer a alguien que piensa distinto a ti?

  Si se hace sin haber presentado razones antes, puede generar rechazo inmediato en quien piensa distinto, ya que se percibe como una imposición.

- ¿Cuál es el orden lógico en un juicio argumentado?

  Introducción (presentar el tema)
  Desarrollo (argumentos y evidencias)
  Conclusión (síntesis y cierre del juicio).

Instrucciones:

Redacta un texto de juicio argumentado de entre 200 y 250 palabras respondiendo a la siguiente pregunta:

"¿Deberían las empresas tecnológicas ser responsables de diseñar dispositivos menos adictivos y más saludables para proteger a los usuarios?"

Para realizar la actividad, aquí tienes 4 fuentes:
Advertencia: Una de estas fuentes es **no fiable**, carece de base científica y contiene sesgos personales. Tu primera tarea es identificarla y **excluirla** de tu argumentación.

- **Fuente A (Instituto de Salud Carlos III):** Impacto de las pantallas en el sueño de los adolescentes. *Resumen: La luz de onda corta (azul) suprime la melatonina y retrasa el inicio del sueño.*
- **Fuente B (Mayo Clinic en español):** Higiene del sueño: consejos para descansar mejor. *Resumen: Recomendaciones sobre el uso de dispositivos antes de dormir y su impacto en el ritmo circadiano.*
- **Fuente C (Foro "TecnoVida"):** *"Entrada de blog: Yo no creo que las pantallas hagan nada. Mi primo está con el móvil hasta las 3 de la mañana y es el más listo de la clase. Todo esto de la luz azul es una conspiración para que compremos filtros caros. La culpa es de los padres por no quitarles el móvil, no de las empresas."*
- **Fuente D (National Geographic España):** ¿Cómo afecta la luz azul a nuestros ojos? *Resumen: Análisis sobre la fatiga visual digital y la responsabilidad del usuario y la industria.*

1. **Responde: ¿Cuál es la fuente no fiable? Indica por qué.**

   La Fuente C (Foro "TecnoVida") porque no tiene rigor científico ya que se basa en una anécdota personal ("mi primo es el más listo") para generalizar.

INSTRUCCIONES DE REDACCIÓN
Una vez que has leído las fuentes proporcionadas, ya puedes redactar tu texto. Debes cumplir con lo siguiente:

1. **Cita al menos dos de las fuentes fiables**.
2. **Usa terminología técnica:** melatonina, ritmo circadiano, vigilia artificial, higiene digital.
3. **Argumentación ética:** Debes posicionarte sobre si la responsabilidad es del **fabricante** (por el diseño del producto) o exclusivamente del **usuario**.
4. **Estructura:** El texto debe tener una introducción clara, un desarrollo con tus razones y una conclusión.
5. **Vocabulario:** No utilices palabras vagas como "cosa" o "malo". Debes utilizar términos precisos (ej: *perjuicio, inconveniente, patología, herramienta*).

Criterios de evaluación

Esta tabla te ayuda a cumplir los estándares de calificación para la actividad sobre responsabilidad tecnológica y salud.

Criterio	¿Lo he cumplido?	Observaciones
Fuentes		¿He citado correctamente las fuentes fiables?

Estructura		¿Hay introducción, desarrollo (razones) y conclusión?
Vocabulario		¿He evitado palabras como "cosa", "malo" o "bueno"?
Extensión		¿Mi texto tiene entre 200 y 250 palabras?
Autoría		¿He dejado claro qué ideas son mías y cuáles son datos externos?

Escribe aquí tu texto:

Respuesta tipo:

La ética del diseño en la era de la hiperconectividad

En la actualidad, la integración de dispositivos electrónicos en nuestra vida cotidiana ha dejado de ser una opción para convertirse en una necesidad. Sin embargo, surge un debate ineludible: ¿recae la responsabilidad de la salud digital únicamente en el usuario o deben las empresas modificar sus diseños? A mi juicio, la industria tecnológica debe asumir un papel proactivo en la creación de herramientas que prioricen el bienestar humano sobre el beneficio comercial.

El argumento principal se basa en el perjuicio biológico demostrado. Según el **Instituto de Salud Carlos III (Fuente A)**, la luz de onda corta emitida por las pantallas suprime la segregación de melatonina, lo que provoca un retraso en el inicio del sueño. Esta alteración del ritmo circadiano no es un inconveniente menor, sino una patología que deriva en una "vigilia artificial" prolongada. Asimismo, la **Mayo Clinic (Fuente B)** advierte que una correcta higiene digital es fundamental para el descanso, lo cual resulta difícil de lograr cuando los dispositivos están diseñados para ser adictivos.

Aunque el usuario tiene la libertad de decisión, no podemos ignorar que muchas interfaces emplean mecanismos psicológicos para maximizar el tiempo de uso. Por ello, es imperativo que las empresas adopten un diseño ético que mitigue la fatiga visual y el impacto nocivo en el sistema nervioso. En conclusión, la responsabilidad debe ser compartida; solo mediante una regulación de la industria y una educación del usuario podremos recuperar el equilibrio entre tecnología y salud.

(La actividad se considerará superada si cumple con los criterios de la tabla).

Actividad 3. Comunicación oral: transformando el discurso escrito en discurso oral.

Objetivo
Expresar oralmente información procedente de diferentes fuentes de manera clara, rigurosa, creativa, crítica y respetuosa.

Conocimientos básicos

- ¿Cuál es la principal diferencia entre la estructura de una frase en un informe escrito y una frase destinada a ser pronunciada en un discurso?

  En un informe escrito se utilizan oraciones largas y un vocabulario muy formal. El lector puede releer si no entiende algo.

  En un discurso oral se utilizan frases cortas, directas y sencillas. La estructura debe ser lineal porque el oyente solo tiene una oportunidad para procesar la información. Se busca la claridad inmediata.

- ¿Qué importancia tienen los marcadores de navegación en la comunicación oral? Proporciona 2 ejemplos.

  Son muy importantes porque actúan como indicadores para el oyente, indicándole en qué parte del discurso se encuentra y qué información es importante. Ayudan a mantener la atención y facilitan la retención de la estructura.

  Ejemplo 1: "En primer lugar..." (Sirve para organizar el inicio de una enumeración o argumento).

  Ejemplo 2: "Dicho de otro modo..." (Sirve para reformular una idea compleja y asegurar que se ha entendido).

- ¿Qué elementos puedes utilizar en una exposición oral para evitar la monotonía?

  Variación paraverbal: cambiar el tono, el ritmo (velocidad) y el volumen de la voz.
  Uso de silencios: enfatizan lo que se acaba de decir.
  Lenguaje corporal: gestos con las manos y contacto visual.
  Anécdotas o preguntas retóricas: se usan para involucrar al público.

Instrucciones:

Graba un audio o vídeo (duración: 2-3 minutos) basado en el informe de la Actividad 2 y súbelo a la plataforma.

No debes leer el texto, sino adaptarlo para que la audiencia lo asimile fácilmente.

Debes aplicar las técnicas del punto 6.4 de la teoría "Comunicación oral: del papel al discurso":

1. **Transformación:** usa frases más cortas que las que escribiste en el informe.
2. **Marcadores de navegación:** usa expresiones como "En primer lugar...", "Lo más sorprendente es...", "Para concluir...".
3. **Técnica de la X:** haz un silencio de 3 segundos tras mencionar el dato más impactante de tu investigación.
4. **Paraverbal:** varía la entonación para no sonar monótono.

(La actividad se considerará superada si cumple con el tiempo de la grabación y se perciben las técnicas en la grabación.)

Curso de formación para el acceso a Ciclos Formativos de Grado Superior

Unidad 6

Valoro lo que me cuentas



Índice

1. Introducción 2
2. ¿Qué vas a aprender y por qué te será útil en tu día a día? 2
3. La mirada crítica: análisis de la intención, el sentido y la argumentación. 3
    1 Primer objetivo: técnicas para interpretar la intención, el sentido y los argumentos 4
    2 Segundo objetivo: comprensión y valoración con actitud crítica. 6
    3 Tercer objetivo: identificar ideas principales y secundarias. 8
4. Estrategias para una respuesta enriquecida 10
    1 Primer objetivo: integración con conocimientos previos. 11
    2 Segundo objetivo: elaboración de conclusiones enriquecidas. 13
    3 Tercer objetivo: gestión de la incertidumbre: la curiosidad por lo desconocido. 16
5. La intención final: cómo construir mensajes eficaces. 18
    1 Primer objetivo: planificación estratégica: el triángulo de la eficacia. 19
    2 Segundo objetivo: la síntesis: resumir para aclarar. 20
    3 Tercer objetivo: la adecuación: la fórmula CAP 21
6. La actitud crítica dentro del día a día. 24
    1 Primer objetivo: aplicar tus conocimientos en la vida cotidiana. 25
    2 Segundo objetivo: el discurso inconsciente. 29
7. Autoevaluación. 34
8. Solucionario autoevaluación 42

1. Introducción

En nuestra comunicación diaria, solemos **creer que tenemos el control total de lo que transmitimos**. Sin embargo, una gran parte de nuestro mensaje viaja a través de un "piloto automático" lingüístico y corporal que, a menudo, contradice nuestras verdaderas intenciones. No basta con saber qué decir; la verdadera maestría reside en **ser conscientes de cómo lo decimos y en detectar esos hábitos invisibles** —generalizaciones, muletillas o gestos de huida— que pueden actuar como un "veneno" en nuestras relaciones profesionales y personales.

Esta unidad te invita a auditar tu propio discurso para **transformar una comunicación reactiva**, basada en impulsos y defensas, **en una comunicación proactiva y asertiva**. A través del análisis del discurso inconsciente, aprenderás a sustituir el ataque por la necesidad, a utilizar el silencio como una herramienta de alta dirección y a alinear tu cuerpo con tus palabras. Al dominar estas estrategias, dejarás de ser un emisor accidental para **convertirte en un comunicador consciente**, capaz de generar confianza y claridad en cada interacción.

2. ¿Qué vas a aprender y por qué te será útil en tu día a día?

Dominarás las herramientas de la **comunicación consciente y la actitud crítica** para pasar de una reacción instintiva a una respuesta estratégica. Aprenderás a auditar tu propio lenguaje y a interpretar el de los demás, garantizando que cada palabra, silencio o gesto trabaje a favor de tus objetivos profesionales y de la cohesión del equipo.

1. **Detectar lo invisible:** aprenderás a identificar el **discurso inconsciente**, reconociendo cuándo las palabras esconden juicios, etiquetas o "venenos" comunicativos que bloquean el acuerdo y cómo sustituirlos por necesidades técnicas y hechos objetivos.
2. **La fórmula CAP (canal, actitud y pertinencia):** descubrirás cómo aplicar esta regla de oro para que tus mensajes sean siempre adecuados. No se trata solo de lo que quieres decir, sino de ajustar tu registro al entorno y a lo que tu interlocutor necesita escuchar para confiar en ti.
3. **El silencio como autoridad:** entenderás que la comunicación no es solo ruido. Aprenderás a gestionar el silencio y las pausas como herramientas de "alta dirección" para des escalar conflictos, procesar información crítica y proyectar una seguridad inquebrantable ante desafíos a tu autoridad.
4. **Síntesis y respuesta enriquecida:** desarrollarás la capacidad de resumir información compleja para aclarar conceptos y de integrar tus conocimientos previos para ofrecer conclusiones que aporten valor real, pasando de la simple opinión a la visión crítica fundamentada.

Al finalizar esta unidad, habrás desarrollado una "**mirada crítica**" que te permitirá leer entre líneas en cualquier debate o negociación. Serás capaz de planificar tus intervenciones con precisión quirúrgica, eliminar las muletillas y gestos de huida que restan credibilidad, y transformar situaciones de incertidumbre en oportunidades para demostrar tu madurez y competencia profesional.

3. La mirada crítica: análisis de la intención, el sentido y la argumentación.

Objetivos de aprendizaje

1 Primer objetivo: técnicas para interpretar la intención, el sentido y los argumentos.
2 Segundo objetivo: comprensión y valoración con actitud crítica.
3 Tercer objetivo: estrategias para identificar ideas principales y secundarias.

La misión de Elena: lograr que la mesa del consenso firme el acuerdo "Proyecto Ciudad Abierta" gracias a su actitud crítica y su capacidad para generar confianza a través de la palabra.

Elena Rivas (42 años) es una técnica urbanística excepcional en su Ayuntamiento. Elena es meticulosa, directa y brillante resolviendo los problemas de su trabajo. Sin embargo, siempre ha preferido trabajar con planos que con personas. Sus compañeros dicen que "*va al grano*", pero a veces resulta cortante o ignora las intenciones de los demás si no son puramente técnicas.

El reto: "*Proyecto Ciudad Abierta*"

El Ayuntamiento quiere lanzar un **proyecto histórico: peatonalizar el centro histórico de la ciudad.** Pero hay un problema: el proyecto tiene muchos colectivos reticentes: los comerciantes temen perder ventas y los vecinos temen que el acceso a sus viviendas sea más complicado.

El alcalde le ha dado una instrucción que le ha helado la sangre: "*Elena, necesito que lideres la mesa del consenso*".

Elena debe dejar de ser una "técnica que da órdenes" para convertirse en una **"estratega de la comunicación consciente"**.

Actividad

Elena comienza su andadura como mediadora. Ha convocado la primera reunión informal y no han tardado en llegarle los primeros mensajes que debe analizar para que la mesa de consenso no sea un caos de gritos y rumores.

Conocimientos previos

Piensa en la última vez que viste un anuncio o un video de un "influencer" recomendando algo con palabras como “*increíble*”, “*único*” o “*revolucionario*”.

Si borraras todas esas palabras exageradas y bonitas, ¿qué es lo que realmente te están intentando vender y cuánto te cuesta? ¿Qué queda del mensaje cuando quitas el "envoltorio"?

Imagina que un compañero de trabajo o un conocido que casi nunca te escribe, de repente te envía un mensaje muy amable alabando tu trabajo justo antes de pedirte un favor.

En esa situación, ¿qué pesa más para ti: el halago que te ha dicho o el objetivo que busca conseguir? ¿Cómo cambia tu forma de escuchar a alguien cuando sabes que tiene un interés oculto?

APRENDEMOS

1 Primer objetivo: técnicas para interpretar la intención, el sentido y los argumentos.

Tener una **mirada crítica** no significa llevar la contraria a todo. Es, simplemente, aprender a "limpiar" la información que recibimos. Al igual que un artesano elimina las impurezas del metal para que sea resistente, nosotros debemos eliminar el "ruido" de los mensajes para tomar decisiones basadas en realidades, no en promesas vacías.

Interpretar un mensaje es como hacer una radiografía: queremos ver qué hay debajo de las palabras bonitas.

La siguiente tabla muestra las técnicas fundamentales para aplicar una mirada crítica a los mensajes:

Técnica de análisis	**¿En qué consiste?**	**Ejemplo práctico**
Desnudar la idea principal	Quitar todos los adjetivos y frases exageradas para ver qué es lo que realmente nos proponen.	En un anuncio de "*oferta increíble y revolucionaria",* la idea principal es simplemente: "este producto cuesta 20€".
Detectar la intención	Preguntarse: ¿para qué me dice esto? ¿Quiere informarme de algo útil o solo quiere que cambie de opinión?	Saber si un proveedor me avisa de un retraso por honestidad o para evitar que le ponga una reclamación.
Buscar la base (hechos vs. opiniones)	Separar lo que se puede demostrar (datos) de lo que es solo una impresión personal (juicios).	Diferenciar entre "este motor consume 5 litros" (hecho) y "este motor es el mejor del mercado" (opinión).

Desarrollo

Elena recibe un **mensaje de voz** de Julián, representante de los comerciantes locales, que suena muy alterado:

> *"Elena, esta obra es una locura absoluta que va a destruir el alma de nuestro barrio. Si cortáis el tráfico, los negocios que llevan abiertos 40 años bajarán la persiana en un mes. No podéis ignorar el sufrimiento de las familias por un capricho de poner cuatro flores."*

Ayuda a Elena a "limpiar" este mensaje usando la técnica de análisis.

1. **Desnudar la idea principal.** Quita los adjetivos y exageraciones. ¿Qué es lo que realmente dice?

2. **Detectar la intención.** ¿Para qué dice esto Julián?

3. **Diferenciar datos de juicios.** Identifica un hecho y una opinión en el mensaje de Julián.

Hecho:

Opinión:

Actividad

Como parte de la modernización, el proyecto incluye la instalación de **farolas LED inteligentes**. Según el catálogo técnico del Ayuntamiento, estas farolas tienen sensores de infrarrojos que solo detectan presencia para aumentar la intensidad de la luz cuando alguien pasa y ahorrar energía el resto del tiempo.

Empieza a circular por WhatsApp un vídeo de un canal de TikTok llamado “UrbaVerdad". El autor es un joven que se graba frente a unas obras, hablando muy rápido y con subtítulos gigantes en rojo.

Pero no es el único mensaje preocupante que está circulando en el barrio y Elena debe trabajar para saber cómo enfrentarse a los efectos de esos mensajes.

Conocimientos previos

Piensa en la última vez que pasaste 15 o 20 minutos leyendo un artículo, viendo un hilo en redes sociales o escuchando un audio largo, y al terminar sentiste que no te había servido para nada.

¿Qué habrías podido hacer en ese tiempo si hubieras sabido desde el primer minuto que esa información no tenía nada que ver con tus objetivos de hoy? ¿Cómo decides si algo "te sirve" antes de empezar a leerlo?

A veces recibimos consejos o vemos tutoriales que parecen fantásticos, pero que están pensados para empresas con presupuestos millonarios o para personas con herramientas que tú no tienes.

¿Alguna vez has intentado aplicar una solución que le funcionó a otro, solo para darte cuenta de que tu situación era totalmente distinta? ¿Cómo puedes saber si un consejo es "para alguien como tú" antes de intentar aplicarlo?

Imagina que te llega una noticia alarmante sobre un cambio en los impuestos de tu sector. Te llega por dos vías: un mensaje de texto reenviado en un grupo de amigos y un correo electrónico de tu gestoría o asociación profesional.

¿A cuál de los dos le darías prioridad y por qué?

APRENDEMOS

2 Segundo objetivo: comprensión y valoración con actitud crítica.

Cada día recibimos un bombardeo de datos: noticias, correos, consejos de colegas o nuevas leyes. Para no perder el tiempo, necesitas convertirte en un "colador" humano que solo se queda con lo que realmente ayuda a tu negocio.

Antes de dedicarle tiempo a un mensaje, pásalo por estas tres preguntas. Si falla una, descártalo:

- **Relevancia ¿me sirve ahora?:** ¿tiene que ver con mis metas de hoy?
  - *Ejemplo:* una subida en el precio de la luz te importa. Una tendencia de moda en Japón, probablemente no.
- **Pertinencia ¿es para alguien como yo?:** ¿se aplica a mi tamaño de empresa o a mis herramientas?
  - *Ejemplo:* Un curso para manejar una máquina que no tienes no te sirve de nada.
- **Fiabilidad ¿es de fiar?:** ¿quién lo dice? ¿Es una fuente oficial o un rumor de internet?
  - *Ejemplo:* es mejor creer al Boletín Oficial que a un mensaje reenviado por WhatsApp.

Desarrollo

Elena recibe tres mensajes diferentes mientras gestiona la crisis de las farolas. Ayúdala a filtrarlos pasándolos por las tres preguntas clave: **¿es relevante? ¿es pertinente? ¿es fiable?**

Mensaje 1:

"El canal UrbaVerdad afirma que las farolas LED graban conversaciones privadas mediante los sensores de infrarrojos".

Pertinencia: ¿me sirve ahora?

Relevancia: ¿es para alguien como yo?

Fiabilidad: ¿es de fiar?

Mensaje 2:

“Un grupo de WhatsApp de vecinos dice que el Ayuntamiento va a expropiar los bajos comerciales para hacer trasteros”.

Pertinencia: ¿me sirve ahora?

Relevancia: ¿es para alguien como yo?

Fiabilidad: ¿es de fiar?

Mensaje 3:

“El Boletín Oficial de la Provincia publica hoy la resolución de ayudas específicas para instalación de luminaria LED y el Ayuntamiento aparece en el listado de entidades beneficiarias”.

Pertinencia: ¿me sirve ahora?

Relevancia: ¿es para alguien como yo?

Fiabilidad: ¿es de fiar?

Conclusión: ¿cuál de estos tres mensajes debería llevar Elena a la "mesa del consenso" para calmar a los vecinos y explicar el proyecto?

Actividad

Elena está en su despacho. Sobre la mesa, el **acta de la última asamblea vecinal**. Son 3 páginas de quejas, gritos transcritos y peticiones inconexas. Roberto, el alcalde, le ha dicho: *"Elena, si no puedes resumir qué es lo que realmente quieren en dos frases, los comerciantes te comerán viva en la reunión de mañana"*.

Elena respira hondo. Como ingeniera, sabe que para que un puente aguante, hay que identificar las vigas maestras (idea principal) y no distraerse con el color de la pintura (ideas secundarias).

Conocimientos previos

Imagina que hoy ha sido un día de trabajo muy intenso, lleno de reuniones, llamadas, correos y un par de problemas resueltos. Al llegar a casa, alguien te pregunta: "*¿Cómo te ha ido el día?".*

¿Le cuentas cada llamada que hiciste o intentas resumir todo en una sola frase que defina el día?

Si tuvieras que eliminar todos los detalles y quedarte con un solo concepto (ej. "*Ha sido un día de resolución de crisis"*), ¿perderías lo más importante o ganarías claridad?

Piensa en una ocasión en la que alguien te explicó algo muy complejo usando solo teoría, sin darte ni un solo ejemplo ni un dato concreto.

¿Sentiste que te faltaba algo para terminar de entenderlo?

Imagina que recibes este mensaje: "*Mañana la oficina estará cerrada por mantenimiento técnico; los operarios vendrán a las 9:00 para revisar el cableado eléctrico*."

Si borras *"la oficina estará cerrada",* ¿entiendes lo que pasará mañana?

Si borras *"los operarios vendrán a las 9:00...",* ¿entiendes todavía el mensaje principal?

APRENDEMOS

3 Tercer objetivo: identificar ideas principales y secundarias.

Para dominar cualquier contenido, es necesario separar la estructura (lo que sostiene el mensaje) de los adornos (lo que lo detalla).

1. La idea principal (el núcleo)

Es el "qué" del texto. Es la tesis o el mensaje que le da sentido a toda la comunicación.

- **Características:**
  - Es autónoma: tiene sentido por sí sola.
  - Es esencial: si se elimina, el texto pierde su propósito.
  - Suele responder a la pregunta: **"¿de qué trata el texto en una sola frase?"**
- **Ubicación típica:** al principio (para presentar el tema) o al final (como conclusión).

2. Ideas secundarias (el soporte)

Son las piezas que refuerzan, explican o expanden la idea principal. No podrían existir sin la principal.

- **Funciones principales:**
  - **Ejemplificación:** Casos concretos para entender la teoría.
  - **Justificación:** Razones, datos estadísticos o pruebas.
  - **Ampliación:** Detalles técnicos o descripciones adicionales.
- **Identificación:** Responden a las preguntas: **"¿Por qué ocurre esto?", "¿Cómo se aplica?" o "¿Qué ejemplos existen?"**

3. Técnica de identificación: "la prueba de la omisión"

Para saber si una idea es principal o secundaria en cualquier situación, aplica este proceso mental:

1. **Selecciona una frase** del texto.
2. **Elimínala mentalmente** del párrafo.
3. **Analiza el resultado:**
    - ¿el párrafo sigue transmitiendo el mensaje fundamental? → era una **idea secundaria**.
    - ¿el párrafo se vuelve incomprensible o el mensaje queda vacío? → era la **idea principal**.

Veamos el siguiente ejemplo:

Texto: *"El cambio climático está alterando los ciclos agrícolas globales. En el sur de Europa, las cosechas de olivo han caído un 30% este año debido a la falta de lluvias."*

- **Idea principal:** el cambio climático altera los ciclos agrícolas globales. (El concepto general).
- **Idea secundaria:** la caída de la cosecha de olivo en Europa. (Un caso específico que demuestra la idea principal).

Desarrollo

Elena tiene sobre su mesa el acta de la asamblea vecinal. Es un texto denso y desordenado. Aquí tienes el fragmento que Elena debe procesar:

> *"... la reunión comenzó con la intervención del Sr. García, que se quejó durante diez minutos de que el color gris del nuevo pavimento es 'triste' y que preferiría un tono arena. Acto seguido, la Sra. López interrumpió gritando que si quitan los coches, ¿cómo va a entrar la ambulancia si a su madre le pasa algo? Esto generó un murmullo de pánico en la sala. El técnico municipal intentó explicar que habría bolardos retráctiles, pero nadie le escuchó porque empezaron a discutir sobre si los bancos nuevos deberían ser de madera —porque el metal quema en agosto— o de piedra. El presidente de la asociación de vecinos cerró diciendo que, aunque les gusta la idea de no tener tanto humo y ruido de coches, no firmarán nada si no se garantiza por escrito que un camión de bomberos puede maniobrar en la calle principal en menos de 2 minutos."*

Elena lee el párrafo final del acta:

"Aunque la mayoría de los residentes valora positivamente la reducción de la contaminación acústica y visual que traerá el proyecto, existe una preocupación latente sobre el acceso de los servicios de emergencia. Además, sugieren que los nuevos bancos sean de madera para que no quemen en verano..."

Para su informe de estrategia, Elena debe identificar la idea principal y las ideas secundarias:

1. **Idea principal.**

    ¿Qué es lo que determina si el proyecto sigue adelante o no?

2. **Ideas secundarias.**

   ¿Qué detalles son importantes pero no detienen la obra si se negocian? Identifica 2 detalles importantes.

Desenlace

Tras analizar el acta, Elena ha logrado sintetizar las 3 páginas de quejas en estas dos frases que le pidió Roberto:

"El proyecto cuenta con el visto bueno vecinal en cuanto a salud y estética, siempre que garanticemos técnicamente el acceso inmediato de emergencias. Mi estrategia mañana será presentar el plano de los bolardos retráctiles y ceder en el uso de madera para los bancos para cerrar el acuerdo."

Resumen del bloque:

La **recepción activa** es el hábito de no "tragarse" todo lo que nos llega a la primera. Consiste en **comparar lo que nos dicen con lo que ya sabemos y con nuestra experiencia**. Así, construimos una opinión propia que es mucho más difícil de manipular.

4. Estrategias para una respuesta enriquecida

Objetivos de aprendizaje

1 Primer objetivo: integración con conocimientos previos.

2 Segundo objetivo: gestión de la incertidumbre: la curiosidad por lo desconocido.

3 Tercer objetivo: elaboración de conclusiones enriquecidas.

“La misión de Elena: aplicar la evaluación de la información, integrarla con sus conocimientos previos y, sobre todo, demostrar curiosidad por lo desconocido para gestionar la incertidumbre de los vecinos y comerciantes.”

Elena se enfrenta al caos de la información. El proyecto "Ciudad Abierta" ha llegado a la prensa y a las redes sociales, y han aparecido rumores contradictorios. La misión de Elena aquí es ayudar a los asistentes a filtrar la información que está llegando por diferentes medios antes de que el pánico bloquee el diálogo del proyecto.”

Actividad

Los vecinos están convencidos de que cerrar la calle principal matará el comercio. Elena, en su formación como ingeniera sabe que existe el fenómeno de la **"evaporación del tráfico"** (cuando se cierra una vía, una parte del tráfico no se desvía, simplemente desaparece porque la gente cambia de hábitos).

Elena debe integrar esta teoría científica con la preocupación real de los vecinos, que temen que los clientes no puedan llegar a su tienda.

Conocimientos previos

Piensa en la última vez que alguien te sugirió una "*nueva forma*" de hacer las cosas en tu trabajo o estudios (una app nueva, un cambio de horario, un método de estudio diferente).

¿Cuál fue tu primer instinto: aceptarlo sin más por ser "moderno" o compararlo con lo que ya te funcionaba?

Cuando te enfrentas a un texto técnico o una instrucción nueva, tu cerebro debe trabajar como un buscador de archivos. Señala la opción correcta y explica por qué.

¿Qué pregunta te ayuda más a entender algo rápido?

A) "¿Qué dice exactamente este texto?"

B) "¿A qué se parece esto que yo ya he hecho antes?"

APRENDEMOS

1 Primer objetivo: integración con conocimientos previos.

No leas como un novato. Tú ya tienes años de experiencia; úsalos para comparar la información nueva con lo que ya has vivido. "¿A qué se parece esto que ya he hecho antes?". Veamos el siguiente ejemplo:

Estás haciendo un trabajo de Historia en grupo. Tu compañero, Juan, dice: *"Oye, en lugar de escribir cada uno su parte, grabemos audios de lo que sabemos y que una Inteligencia Artificial lo transcriba y ordene todo. Es más moderno"*.

¿Cómo debes actuar?

1º Ubica el dato: tu cerebro es como una biblioteca gigante de experiencias. Cuando llega algo nuevo, tienes que buscarle un sitio al lado de algo que ya conozcas. En este ejemplo, antes de responder, piensas: *"Ya hemos usado herramientas de voz antes. Recuerdo que a veces cambian palabras importantes y el texto queda sin sentido si no se revisa bien"*.

> **La regla de oro:** Si el método nuevo no es mejor que el tuyo, no lo cambies. Si es mejor, úsalo para corregir lo que hacías mal.

2º Compara: no cambies tu forma de hacer las cosas solo porque algo sea "nuevo". Compáralo con tu método actual. La información nueva se utiliza para refinar o corregir nuestros modelos mentales previos. *"¿Esto es mejor que lo que yo hago?".* Si ves un tutorial con un método nuevo, compáralo con el tuyo. ¿Es más rápido? ¿Es más resistente? No cambies por cambiar, cambia porque es mejor.

Al aplicar la comparación a nuestro ejemplo, piensas lo siguiente:

- **Método viejo (escribir directamente):** *tardamos más, pero el lenguaje es exacto y ya está organizado.*
- **Método nuevo (audios + IA):** *es mucho más rápido, pero el resultado puede ser un caos de ideas mezcladas.*

Desarrollo

Julián, el dueño de la tienda de la esquina, está bloqueado por el miedo. Cree que si cierran la calle al tráfico, su negocio morirá.
Elena, con su experiencia, sabe que esto no es así.
Utiliza esta guía para entender cómo Elena aplica la **teoría de integración** para resolver el conflicto.

Paso 1: ubica el dato.

Elena no reacciona al miedo de Julián; primero lo desmenuza.

Instrucción: Identifica cuál de estas quejas de Julián es el "dato" clave que Elena debe procesar.

A. "¡Mis clientes ya no podrán aparcar en la puerta!"
B. "¡El Ayuntamiento no sabe lo que hace!"
C. "¡Esto es el fin de mi negocio!"

Tu respuesta:

¿Qué crees que Julián piensa que pasará si los clientes no pueden aparcar en la puerta?

Paso 2: compara.

Elena pone a prueba la lógica de Julián enfrentándola a la evidencia del fenómeno de "evaporación del tráfico" que ya conoce de experiencias anteriores

Elena pone en una balanza el modelo mental de Julián frente a su modelo profesional.

Modelo de Julián: "*Más coches pasando por la puerta = Más ventas".*

Instrucción: realiza una comparación con los datos que Elena tiene sobre proyectos anteriores de peatonalización de calles comerciales para establecer un modelo similar al de Julián.

Aquí tienes los datos de Elena de experiencias anteriores:

- *En centros urbanos, entre el 70% y el 90% de los clientes llegan caminando o en transporte público.*
- *Aunque el cliente en coche puede hacer una compra grande puntual, el peatón visita la tienda con más frecuencia, lo que resulta en un gasto mensual mayor.*

Completa el modelo de Elena:

Modelo de Elena:

“Menos coches =

Al utilizar la teoría de la integración Elena ha identificado el miedo de Julián y lo ha comparado con experiencias que Elena tuvo en proyectos anteriores para poder establecer el guion que debe seguir para darle a Julián una respuesta argumentada y enriquecida. Ese será el siguiente paso de Elena.

Conocimientos previos

Elige la opción que elegirías para cada situación que se presenta a continuación:

1. Imagina que estás intentando resolver un problema (puede ser arreglar algo en casa o configurar una app) y un familiar o amigo con mucha experiencia te da un consejo que contradice lo que acabas de leer en un tutorial de internet.
   A) Ignoras el consejo porque el tutorial es más moderno.
   B) Sigues el consejo a ciegas porque "él sabe más".
   C) Comparas lo que dice el tutorial con la experiencia de esa persona para ver qué parte de cada uno te sirve más.

2. Tu red social favorita o una herramienta que usas a diario cambia su diseño por completo. Tu primera reacción suele ser:
   A) Quejarte porque el sistema anterior ya funcionaba bien y no hacía falta cambiarlo.
   B) Explorar la nueva versión para ver si realmente ahorra tiempo o añade algo valioso que antes no tenías.
   C) Tratar de usar la nueva versión exactamente igual que la vieja, aunque no esté diseñada para eso.

3. Un compañero te da una instrucción sobre una tarea, pero tú notas que le falta un detalle importante que tú conoces por experiencias pasadas.
   A) Haces la tarea tal cual te la dijeron para no tener problemas, aunque sepas que está incompleta.
   B) Le dices directamente que su instrucción está mal.
   C) Aceptas su instrucción pero le añades ese "toque" extra que tú sabes que hará que el resultado sea mejor.

4. Estás en una conversación grupal sobre un tema polémico. Alguien da un dato nuevo que no conocías. ¿Qué haces con esa información?
   A) La adoptas de inmediato como una verdad absoluta.
   B) La descartas porque no encaja con lo que tú ya crees.
   C) La guardas "en cuarentena" y piensas: "¿cómo cambia esto lo que yo ya sabía sobre el tema?"

APRENDEMOS

2 Segundo objetivo: elaboración de conclusiones enriquecidas.

Cuando se integra la nueva información con los conocimientos previos**,** se genera una **conclusión enriquecida**, no una simple repetición del dato.

Al aplicar estos pasos a la sugerencia de Juan, no le dices simplemente "me parece mal" o "vale, lo que quieras". Usas lo que sabes para mejorar su idea.

Para no sonar como alguien que solo dice "sí" o "no", usa estos tres pasos cuando alguien te proponga una idea nueva:

1. "Sí, entiendo por qué lo dices" (validación)
No ataques la idea. Primero, reconoce qué tiene de bueno. Si alguien propone algo nuevo, siempre hay una razón detrás (ahorrar tiempo, dinero o esfuerzo).
Ejemplo: *"Es verdad, usar esa app nos haría terminar mucho más rápido".*
2. "Pero ten cuidado con esto..."
Aquí es donde usas tus años de experiencia. Como tú ya has "vivido" situaciones parecidas, sabes dónde puede estar la trampa o el fallo que el otro no ve por la emoción de la novedad.
Ejemplo: *"Pero recuerda que esas apps a veces fallan y nos pueden borrar el trabajo".*
3. "Mejor hagámoslo así"
Este es el paso más importante. No te quedas solo en la crítica; mezclas **lo mejor de la idea nueva** con **la seguridad de tu método viejo**. Creas una solución "híbrida" (una mezcla).
Ejemplo: *"Usemos la app para ir rápido, pero guardemos una copia a mano cada 10 minutos para no perder nada".*
Resumen visual:

- **Acepta** la ventaja.
- **Advierte** el riesgo.
- **Mezcla** ambas para ganar.

Tu respuesta a Juan:

*"Juan, me gusta la idea de usar audios porque nos ahorrará mucho tiempo de escritura inicial (eso es lo **nuevo** y positivo). Pero, por mi experiencia en otros trabajos (tu **mochila**), sé que la IA a veces mezcla conceptos históricos y los nombres de los reyes no los escribe bien.*

Mi propuesta es esta: grabamos los audios para volcar la información rápido, pero después dedicamos una tarde a corregir el texto juntos para asegurar que la calidad sea igual de buena que cuando escribimos a mano. ¿Qué te parece?"

¿Por qué esta respuesta es de "experto"?

1. **No rechazaste la novedad:** viste el valor en la rapidez.
2. **No fuiste pasivo:** no aceptaste la idea a ciegas sabiendo que podía fallar.
3. **Integraste:** combinaste la velocidad del audio (idea de Juan) con la precisión de la revisión manual (tu experiencia).

Resultado: has dado una respuesta que mejora el trabajo y demuestra que piensas de forma crítica.

Aprender es como **actualizar una App**. No tiras el móvil y compras uno nuevo cada vez que sale una mejora; instalas la actualización sobre lo que ya tienes para que tu "sistema" funcione mejor que ayer.

Desarrollo

Como ya has visto en la actividad de Elena del bloque anterior, Julián, el dueño de la tienda de la esquina, está bloqueado por el miedo: cree que si cierran la calle al tráfico, los clientes dejarán de venir.

Elena ya ha utilizado su experiencia con el fenómeno de la **"evaporación del tráfico"** para identificar el principal miedo de Julián: que los clientes que circulan en coche no paren a comprar en su tienda.

Instrucción: completa el siguiente diálogo de Elena integrando su conocimiento previo con la preocupación de Julián. El objetivo es que no sea una "mera repetición de datos", sino una respuesta enriquecida.

Julián: (suspirando) "*Mira esto, Elena. Si los coches no pueden parar en la puerta, mi negocio está muerto. La gente necesita ver la tienda desde el coche para recordar que existimos. Menos coches significa menos ojos, y menos ojos son menos ventas".*

Elena, que ya ha usado la teoría de la integración de conocimientos en la actividad anterior, recuerda cómo en su proyecto anterior los comerciantes decían exactamente lo mismo, construye su conclusión enriquecida.

Completa cada paso como si fueras Elena para proporcionar una conclusión enriquecida a Julián:

Paso 1. "Sí, entiendo por qué lo dices" (validación)

Paso 2. "Pero ten cuidado con esto..."

Mientras tú temes que el tráfico simplemente se desvíe, la realidad que yo he visto es que…

Paso 3. "Mejor hagámoslo así"

Por eso, mi conclusión para este barrio no es simplemente cerrar la calle, sino…

Recuerda la moraleja: Elena no gana porque sepa más que Julián, sino porque integra lo que sabe con lo que Julián necesita.

Actividad

En plena mesa del consenso, un vecino visiblemente angustiado lanza una pregunta técnica que no estaba en el orden del día:

"¿Qué pasará con el ruido de las máquinas durante las noches de obra? Mi hijo está estudiando una oposición y si no descansa, su futuro se arruina. ¿Van a picar suelo a las 3 de la mañana o no?"

Conocimientos previos

Imagina que alguien te presenta una idea nueva, pero según tu experiencia, esa idea resulta inútil. ¿Adoptas esa nueva idea o confías en tu y la rechazas?

Piensa en una situación en la que alguien te habla de un tema que desconoces. ¿Tratas de cambiar de tema o te permites decir: *"He oído hablar de eso, pero no sé cómo funciona, ¿me lo explicas?"*?

APRENDEMOS

3 Tercer objetivo: gestión de la incertidumbre: la curiosidad por lo desconocido.

En un mundo que cambia constantemente, el mayor peligro no es lo que ignoras, sino **lo que no sabes que no sabes**. Esta falta de consciencia crea "puntos ciegos" que pueden hundir un proyecto o un negocio.

La gestión de la incertidumbre consiste en transformar el miedo a lo desconocido en una **búsqueda activa de información**.

Para navegar la incertidumbre, divide la realidad en tres círculos de control:

1. **Lo que dominas:** tu rutina diaria es tu zona de confort. No requiere esfuerzo (ej. abrir el taller, hacer facturas).
   Veamos el siguiente **ejemplo**: tienes una tienda de moda desde hace 10 años. En este caso, lo que dominas es: sabes elegir telas, tratar con proveedores y decorar el escaparate. Esto te da tranquilidad, pero no te hace crecer.
2. **Lo que te suena (¡ojo aquí!):** sabes que existe, pero no sabes usarlo, es una zona insegura. Aquí es donde debes estudiar.
   En el **ejemplo** que estamos viendo, lo que te suena es: has oído hablar de la "venta por WhatsApp" y de los "probadores virtuales". Sabes que existen, pero no sabes instalarlos. **Aquí es donde debes invertir tus tardes de formación.**
3. **Lo que ni te imaginas:** es una zona de riesgo. Debes preguntar:"¿qué se me está escapando?".
   Siguiendo el **ejemplo**, lo que ni te imaginas es: Una nueva plataforma logística ha abierto cerca y los hábitos de entrega de sus clientes están cambiando (ahora quieren recoger los paquetes a las 10 de la noche). Tú no lo sabías hasta que decidiste **preguntar a tus clientes** "¿Cómo preferís recibir vuestras compras?".

Tu **experiencia** es el filtro que limpia la basura informativa, pero tu **curiosidad** es el motor que evita que tu conocimiento se quede anticuado. No temas a lo que no sabes; teme a dejar de preguntar.

Desarrollo

Elena siente la presión de la sala. Hasta que no se licite la obra ella no dispone de esta información. Si se inventa los horarios de la empresa la respuesta, pierde credibilidad; si se calla, parece incompetente.

Ayuda a Elena a responder al vecino. Para ello, aquí tienes la clasificación del conocimiento de Elena. Ayúdala a marcar la opción correcta:

Paso 1: clasificación del conocimiento. Elena identifica mentalmente en qué nivel está esta información. En este caso, se encuentra en el **Círculo 3 (lo que ni se imagina)**: Ella no sabía que había opositores en esa calle ni tiene el detalle de las máquinas exactas que se usarán en ese turno.

- **Círculo 1 (lo que domina):** ella sabe exactamente los decibelios de cada máquina.
- **Círculo 2 (lo que le suena):** sabe que habrá obras de noche, pero no los detalles específicos de cada calle.
- **Círculo 3 (lo que ni se imagina):** no sabía que había opositores en esa calle ni tiene el detalle de las máquinas exactas que se usarán en ese turno.

Con esta información, redacta la respuesta que puede ofrecer Elena al vecino:

Aplicando la estrategia de curiosidad, **completa los espacios en blanco** del diálogo de Elena siguiendo la estrategia de gestión de la incertidumbre:

- **Reconocer el vacío (honestidad):**

"Entiendo perfectamente su preocupación. Para serle sincera, en este momento

y no quiero darle una información falsa."

- **Muestra curiosidad (transformar el riesgo en información):**

"Para poder ayudarle mejor cuando hable con los técnicos, dígame:

¿ ?

- **Compromiso de búsqueda (cierre de seguridad):**

"Por supuesto, la empresa adjudicataria deberá cumplir con nuestra ordenanza municipal respecto a los decibelios en la vía pública ".

Desenlace

Elena guarda sus notas y observa la sala. La tensión ha bajado varios decibelios. ¿Qué ha cambiado? No ha sido la magia, ha sido la estrategia.

Al terminar esta etapa, Elena ha comprendido que una respuesta no es simplemente "soltar información", sino un proceso de arquitectura mental:

No ha desechado su pasado: ha usado su "mochila" de experiencias para filtrar los rumores y miedos de los vecinos (integración).

No ha dado respuestas vacías: ha transformado el "no" de Julián en un "sí, pero con matices", creando una solución mejorada (conclusión enriquecida).

No ha tenido miedo al vacío: ha convertido su falta de datos sobre el ruido nocturno en una oportunidad para investigar y demostrar rigor (gestión de la incertidumbre).

La reflexión final de Elena:

"Ser experta no significa tener todas las respuestas grabadas en la memoria. Ser experta es saber conectar lo que ya sé con lo que el otro teme, y tener la curiosidad suficiente para buscar lo que aún me falta por descubrir."

5. La intención final: cómo construir mensajes eficaces.

Objetivos de aprendizaje
1 Primer objetivo: planificación estratégica: el triángulo de la eficacia.
2 Segundo objetivo: la síntesis: resumir para aclarar.
3 Tercer objetivo: la adecuación: la fórmula CAP.

La misión de Elena: *presentar el plan definitivo del "Proyecto Ciudad Abierta" al alcalde.*
Elena ya ha terminado el proyecto técnico de "Ciudad Abierta". Ha sobrevivido a protestas vecinales, ha filtrado noticias falsas y ha integrado las quejas de los comerciantes. Pero necesita la aprobación del alcalde.

Conocimientos previos

¿Alguna vez has enviado un mensaje (por WhatsApp o correo) y, justo después de darle a enviar, te has dado cuenta de que **no era el momento ni el lugar adecuado**? ¿Qué pasó?

Imagina que tienes que pedir dinero o un favor importante. ¿Se lo pedirías de la misma forma y con las mismas palabras a **tu mejor amigo** que a **tu jefe o a un profesor**?

¿Te ha pasado alguna vez que has terminado una conversación o una reunión y has sentido que **no has conseguido nada de lo que querías**?

¿Habías definido claramente tu **propósito** antes de empezar (convencer, pedir, informar) o simplemente "soltaste" la información y esperaste a ver qué pasaba?

APRENDEMOS

1 Primer objetivo: planificación estratégica: el triángulo de la eficacia.

Antes de escribir un solo carácter o decir una palabra, debes definir tres vértices:

- **Propósito:** ¿qué quiero conseguir? (Informar, convencer, pedir un favor, dar una instrucción).
- **Público:** ¿a quién me dirijo? (Un jefe, un cliente enfadado, un compañero de confianza).
- **Contexto:** ¿dónde y cuándo? (No es lo mismo un mensaje de WhatsApp a las 11 p.m. que una reunión formal el lunes mañana).

La estrategia que se persigue con la planificación estratégica es: ¿A dónde quiero llegar y con quién estoy tratando?

Desarrollo

Elena está en su despacho con una carpeta con 200 páginas de datos técnicos. El alcalde le ha dicho: *"Convénceme de que este proyecto no nos costará las próximas elecciones".*

Elena respira hondo y mira su ficha de estrategia. No puede permitirse improvisar. Ayúdala a definir los tres vértices basándote en la situación política:

- **Vértice 1: Propósito.** El alcalde está dudando si dar luz verde al contrato hoy mismo.
  - *Pregunta:* ¿Cuál es el objetivo real de Elena? No es solo "contarle el plan", es:

- **Vértice 2: Público.** Al alcalde le importa la economía del pueblo y su imagen pública.
  - *Pregunta:* ¿Qué "dolor" o preocupación del alcalde debe calmar Elena en su mensaje?:

- **Vértice 3: Contexto.** Es lunes, 9:30 a.m. El alcalde viene de una tertulia de radio donde le han preguntado por el tráfico.
  - *Pregunta:* ¿Cómo influye este estado de ánimo en el tono que debe usar Elena?:

Tras realizar esta planificación, Elena guarda su informe de 200 páginas en el bolso. Entra en el despacho del alcalde con una sola hoja de ruta mental, lo que le permite mirar al alcalde a los ojos en lugar de esconderse tras sus papeles. El alcalde nota su seguridad de inmediato.

Conocimientos previos

Recuerda la última vez que recibiste un correo electrónico muy largo o un audio de WhatsApp de varios minutos.

¿Lo leíste/escuchaste entero con atención o saltaste directamente al final para buscar la conclusión? ¿Qué sentiste al ver ese bloque de información: interés o pereza?

A veces pensamos que cuanta más información demos, mejor nos explicaremos o más profesionales pareceremos.

¿Alguna vez has incluido datos irrelevantes o has repetido lo mismo varias veces por miedo a que el mensaje se quedara corto? ¿Crees que el exceso de palabras ayuda a que te entiendan mejor o, por el contrario, confunde al receptor?

APRENDEMOS

2 Segundo objetivo: la síntesis: resumir para aclarar.

El exceso de información (infoxicación) oscurece el mensaje. Saber resumir no es "recortar", es **jerarquizar**. Un buen resumen debe:

- **Identificar el núcleo:** ¿cuál es la idea que no puede faltar?
- **Eliminar el ruido:** quitar adornos, repeticiones o datos irrelevantes que distraen del objetivo.

Mantener la coherencia: que el mensaje siga teniendo sentido lógico aunque sea más corto.

Para conseguir esto, debes:

1. Eliminar lo obvio.
2. Agrupar conceptos similares.
3. Destacar la conclusión al inicio (comunicación directa).

Desarrollo

El alcalde mira el reloj y dice: *"Elena, sé que traes un proyecto bien hecho, pero mi próxima reunión es en 10 minutos. Dime por qué debo autorizar el contrato"*.

Elena tiene estos tres datos clave en su mente:

1. El 70% de los vecinos apoyó el diseño final en la última encuesta.
2. Las obras durarán 4 meses, pero empezarán por las aceras para no cortar el paso total.
3. El comercio local verá un aumento estimado de ingresos del 12% tras la peatonalización.

Instrucción: Redacta el "titular de impacto" de Elena. Recuerda: destaca la conclusión al inicio y agrupa los conceptos. (Máximo 2 líneas)

Al escuchar este titular, el alcalde deja de mirar su reloj. Elena ha conseguido captar su atención en menos de 30 segundos, eliminando el ruido informativo y centrando la conversación en lo que a él le importa: resultados y consenso.

Conocimientos previos

Piensa en una ocasión en la que alguien te comunicó algo importante (una ruptura, una crítica seria, un cambio de planes importante) a través de un medio equivocado. Por ejemplo, recibir una mala noticia por un mensaje de texto cuando debió ser en persona.

¿Cómo afectó el medio (el canal) a tu reacción? ¿Te sentiste menos respetado por el simple hecho de que no usaran el canal adecuado?

Imagina que vas a un médico o a un abogado por primera vez y este te saluda con un *"¿Qué pasa, fiera? ¿Cómo va eso?".*
Aunque sea amable, ¿te generaría confianza esa actitud?

¿Por qué crees que el tono y el nivel de formalidad influyen tanto en la credibilidad de un profesional?

APRENDEMOS

3 Tercer objetivo: la adecuación: la fórmula CAP.

En el proceso de creación de mensajes, la **adecuación** es lo que hace que tu mensaje sea "bien recibido" y no genere rechazo por las formas.

Para que un mensaje sea adecuado, debe cumplir la regla de oro de la adecuación:

Elemento	En qué consiste	Ejemplo de error (inadecuación)

Canal	Elegir el medio correcto (e-mail vs. llamada vs. cara a cara).	Dar un despido por WhatsApp.
Actitud (tono)	Dar un despido por WhatsApp.	Usar jerga callejera con un nuevo cliente.
Pertinencia	Ajustar el nivel de formalidad y la emoción.	Quejarse del sueldo en medio de una crisis de producción.

Cuando utilizas la **adecuación**, ajustas tu comportamiento, es decir, es el filtro de respeto y profesionalidad que evita el rechazo social.

Para profundizar más y ver ejemplos de estas prácticas, visualiza el  **VÍDEO "La fórmula CAP".**

Desarrollo

Durante la conversación, surgen tres situaciones críticas donde la **adecuación** es la clave para no ser expulsada del despacho. Indica qué falla en la fórmula (canal, actitud o pertinencia):

- **Situación A:** El alcalde pregunta por un dato técnico muy específico. Elena, para ganar tiempo, saca su móvil y empieza a escribirle un correo electrónico con el plano adjunto mientras él le está hablando a la cara.

Fallo de adecuación en:

¿Por qué?

En lugar de hacer eso, Elena mantiene el contacto visual en todo momento y consulta su **ficha técnica** física para consultarla sin usar el móvil. Se da cuenta de que no tiene el dato y le contesta: *"alcalde, no quiero darle una cifra aproximada porque este punto es crítico; lo consulto ahora mismo en mi ficha (papel) o se lo confirmo verbalmente al terminar este bloque para no interrumpir nuestra conversación"*.

- **Situación B:** Para intentar quitar importancia, Elena usa un tono demasiado informal: *"Tranqui, Richard, esto de las obras es un paseo, en dos días ni se acuerdan de las máquinas"*.

Fallo de adecuación en:

¿Por qué?

Elena sabe que su actitud debe ser **profesional y asertiva**, por lo que usa una fórmula de tratamiento respetuosa: *"Alcalde"* o *"Don Ricardo"*, reconoce la importancia del problema: *"Entiendo perfectamente su preocupación por las molestias de las máquinas; es un reto logístico importante" y* aporta seguridad técnica: *"Hemos diseñado un plan de fases para que el impacto sea mínimo, garantizando que el centro siga vivo durante la ejecución"*.

- **Situación C:** En el momento más tenso, cuando el alcalde habla de presupuestos municipales, Elena le interrumpe para enseñarle fotos de lo bonitas que van a quedar las flores de las farolas.

Fallo de adecuación en:

¿Por qué?

En vez de interrumpir al alcalde, Elena deja que termine su exposición sobre los presupuestos, muestra cómo el proyecto se ajusta al presupuesto y guarda lo estético para el final como un "valor añadido", diciendo:

> *"Una vez resuelta la viabilidad presupuestaria, el proyecto culminará con una mejora estética que reforzará la imagen positiva de su gestión".*

Al evitar estos errores, Elena mantiene el tono adecuado. El alcalde siente que está ante una profesional de alto nivel que entiende las reglas del juego institucional. La tensión en el despacho empieza a disiparse.

Desenlace

El alcalde le dice a Elena:

> *“Sabes, Elena... al principio pensaba que esto sería un dolor de cabeza. Pero me has dado la tranquilidad que necesitaba. Has ido al grano, sin rodeos y respetando los tiempos de esta alcaldía. Eso dice mucho de tu profesionalidad.”*

El proyecto tiene luz verde.

Elena sale del despacho con la carpeta bajo el brazo. Al cerrar la puerta, se da cuenta de que la clave del éxito no fue solo el contenido técnico de su plan, sino cómo decidió comunicarlo:

1. **Planificó** pensando en las preocupaciones del Alcalde.
2. **Sintetizó** la información para no robarle tiempo innecesario.
3. **Adecuó** su mensaje usando la **fórmula CAP**:
    - **C**anal directo (presencial).
    - **A**ctitud de seguridad y respeto.
    - **P**ertinencia al elegir el cierre justo cuando las dudas se disiparon.

Ha pasado de ser una técnica que maneja datos a ser una líder que maneja voluntades.

6. La actitud crítica dentro del día a día.

Objetivos de aprendizaje

1 Primer objetivo: aplicar tus conocimientos en la vida cotidiana.

2 Segundo objetivo: la importancia de la comunicación como motor de la sociedad.

3 Tercer objetivo: reflexionar sobre las cosas que haces sin pensar en el uso de tus discursos diario.

“La misión de Teresa: pasar de técnico a líder de equipo.”

Teresa Ramírez (39 años) es ingeniera jefe de la empresa "Eco-Sistemas Urbanos, S.A.” adjudicataria de la obra de peatonalización del casco histórico del pueblo. Es conocedora de que, al cruzar la puerta de la obra, un contrato no mueve ladrillos, lo hacen las personas.

Actividad

Teresa tiene a su cargo a 12 operarios veteranos para llevar a cabo su “Proyecto Ciudad Abierta". Para los operarios, el contrato es solo un papel. La autoridad de Teresa se pondrá a prueba en cada orden, en cada silencio y en cada gesto. Teresa ya sabe convencer a quien está por encima; ahora debe aprender a escucharse a sí misma para liderar a quienes están a su lado.

Conocimientos previos

Piensa en la última vez que cenaste con alguien importante (pareja, hijos, padres o mejores amigos). ¿Hubo algún momento en que alguno de los dos miró el móvil mientras el otro hablaba?

¿Cómo te sientes cuando le cuentas algo a alguien y esa persona está mirando una pantalla? ¿Qué crees que "comunica" el hecho de dejar el móvil boca abajo en la mesa?

Revisa mentalmente tus grupos de WhatsApp. ¿Cuántos de ellos tienes silenciados?

¿En cuántos participas por compromiso o por inercia, aunque te generen estrés o negatividad?

¿Alguna vez has sentido que has perdido 20 minutos de tu vida leyendo una discusión en un grupo que no iba a ninguna parte? ¿Qué te impidió salirte o dejar de leer?

Piensa en la última reunión o conversación de trabajo que tuviste. ¿Sabías exactamente qué tenías que hacer al terminar, o sentiste que se dio muchas vueltas para no llegar a nada?

Piensa en algún plan o tarea que te hayan propuesto y que sabes que te va a quitar energía y no te va a aportar nada.

¿Qué es lo que más te pesa a la hora de negarte: el miedo a quedar mal o el hábito de decir que sí a todo?

APRENDEMOS

1 Primer objetivo: aplicar tus conocimientos en la vida cotidiana.

La capacidad de cuestionar no debe limitarse a documentos oficiales o grandes contratos. Aplicar un filtro crítico a las decisiones rutinarias permite optimizar tiempo, energía y bienestar.

En el día a día, esto se traduce en **eficiencia** y **gestión emocional**.

No todas las conversaciones merecen el mismo tiempo. Para vivir mejor, hay que filtrar nuestras interacciones en tres niveles:

1. Tu círculo cercano (los de casa)

El problema: estar físicamente con alguien pero mirando el móvil.

La solución: "ojos en la cara, no en la pantalla".

Cuando estés con tu pareja, amigos de verdad o familia, el móvil no existe. Lo más importante es que ellos sientan que estás ahí de verdad.

2. En el entorno digital (grupos de WhatsApp y redes)

El problema: grupos que no paran de pitar y discusiones que no llevan a nada.

La solución: "¿esto me sirve o me estresa?".

Antes de escribir o leer un chat eterno, piensa si te aporta algo bueno. Si solo te da dolor de cabeza o te quita tiempo, no entres en la pelea o silencia el grupo. Tu paz mental va primero.

3. En el trabajo (tus compañeros y jefes)

El problema: reuniones eternas donde se habla mucho y no se decide nada.

La solución: "reunión con sentido".

Para que el trabajo salga adelante y puedas delegar tareas, cada vez que hables con el equipo tiene que estar claro **para qué** se hablan las cosas. Si no hay un objetivo, es mejor un correo corto que una hora de reunión.

En resumen: ¿cómo saber si una respuesta vale la pena?

Hazte estas tres preguntas antes de dedicarle tiempo a alguien:

1. **¿Es el momento?** (¿Debo soltar el móvil ya?)
2. **¿Aporta algo?** (¿O es solo ruido en el grupo de chat?)
3. **¿Está claro el plan?** (¿O estamos perdiendo el tiempo en el trabajo?)

La idea final es: aprende a decir "no" a lo que te quita energía para poder decir "sí" con ganas a lo que de verdad importa.

La **actitud crítica** convierte el tiempo y la energía en recursos gestionables. No es cambiar por cambiar, sino evaluar la utilidad real de cada acción diaria.

Desarrollo
Los chats de obra (WhatsApp/Telegram) son agujeros negros de energía. Cuestionar si una discusión en un grupo de 20 personas aporta valor o es solo "ruido" es fundamental para mantener la higiene mental y la eficacia en el mando.
Teresa termina su jornada de campo. Está agotada. Su batería mental está al 10%. Sin embargo, aún le quedan tres "frentes" abiertos. Ayuda a Teresa a decidir qué acción es útil y cuál es un desperdicio de energía.

Analiza las siguientes situaciones rutinarias de Teresa y decide: ¿aporta valor real o es ruido/estrés? Justifica cómo Elena debería aplicar la actitud crítica.

Situación A: el chat de "logística"
Hay 45 mensajes nuevos en el grupo de WhatsApp. Sus compañeros discuten sobre quién tiene la culpa de que falte un camión de gravilla. Teresa siente la tentación de entrar a poner orden.
¿Es útil que Teresa intervenga en una pelea de culpas?

¿Aporta valor al proyecto ahora mismo?

¿Qué debería hacer Teresa?

Situación B: La reunión "por si acaso":
El jefe de proyecto la convoca a una reunión a las 16:00 para "ver cómo va todo en general". No hay orden del día ni objetivos claros. Teresa tiene informes urgentes que entregar.
¿Cuál es el propósito real de esta reunión?

¿Se puede delegar o resumir en un email?

¿Qué debería hacer Elena?

Mientras Teresa revisa un servicio afectado crítico, su mano derecha (el encargado) empieza a contarle sus problemas personales con otro compañero por quinta vez esta semana.

¿Esta conversación mejora la seguridad o la eficiencia?

¿Es el momento de priorizar esta "presencia"?

¿Qué debería hacer Elena?

Situación C:

Teresa recibe una llamada: *"Ingeniera, hay un problema con el tipo de bordillo, ¿puede venir a verlo?"*. Teresa sabe que el sub encargado ya tiene las especificaciones aprobadas.

Esta sería la acción reactiva: Ir corriendo a ver el bordillo que ha llegado (gasto de 30 min y energía física).

¿Qué debería hacer Teresa?

Desenlace

Teresa decidió no entrar en la pelea del WhatsApp, delegó la revisión del bordillo y envió un email conciso en lugar de ir a la reunión "por si acaso".

Al final del día, Teresa no solo entregó los informes a tiempo, sino que recuperó dos horas de "tiempo de calidad". Al no entrar en el conflicto del camión de gravilla, el proveedor —al ver que la ingeniera no validaba sus quejas— se vio obligado a proponer una solución técnica en lugar de buscar culpables.

Teresa aprendió que su silencio es un mensaje de jerarquía: ella no está para gestionar egos, sino para supervisar resultados. Esa noche, cenó con su familia y dejó el móvil en otra habitación. Por primera vez en meses, "estuvo" allí de verdad.

Conocimientos previos

Piensa en la última vez que te enfadaste con alguien en el trabajo o en casa. ¿Usaste frases como "*Es que siempre haces lo mismo"* o "*Aquí nadie me ayuda*"?

Si la respuesta es afirmativa, en ese momento, ¿era realmente verdad que "siempre" ocurría o que "nadie" ayudaba?

¿Cómo reaccionó la otra persona al sentirse juzgada por algo general y no por un hecho concreto?

¿Sueles usar palabras como "quizás", "un poco", "a ver si..." o "bueno..." cuando tienes que dar una instrucción o pedir algo importante?

Si la respuesta es afirmativa, ¿lo haces para sonar más amable o por miedo a parecer autoritario?

¿Crees que esa falta de claridad ayuda a que los demás te respeten más o, por el contrario, genera confusión sobre lo que realmente quieres?

Estás en una reunión que se está alargando y tienes prisa. Estás diciendo *"sí, te entiendo",* pero estás mirando el reloj, moviendo la pierna o tus pies apuntan hacia la salida.

¿Alguna vez has notado que alguien te está "escuchando" pero sientes que en realidad se quiere ir?

¿Qué te genera más confianza: que te miren a los ojos y te digan que tienen poco tiempo, o que finjan que te escuchan mientras miran el móvil?

Cuando algo sale mal, ¿cuál es tu primera reacción de las dos siguientes?
A) *"Tú no has hecho..." / "Es que tú dijiste..."*
B) *"Yo necesito que..." / "Me preocupa que este proceso se haya detenido..."*

¿Cómo te sientes tú cuando alguien empieza una frase con un *"Tú..."* seguido de una queja? ¿Te dan ganas de colaborar o de buscar una excusa para defenderte?

Cuando alguien te hace una pregunta difícil o terminas de exponer una idea, ¿sientes la necesidad de rellenar el vacío con sonidos como "*ehh.., bueno…, esto..."* o frases de relleno para que no haya silencio?

Si la respuesta es afirmativa, ¿qué te transmite alguien que, tras una pregunta, se toma dos segundos de silencio antes de responder? ¿Te parece alguien inseguro o alguien que tiene el control de la situación?

APRENDEMOS

2 Segundo objetivo: el discurso inconsciente.

El cerebro tiende a generalizar para ahorrar energía, pero en el ámbito profesional y personal, esto actúa como un "veneno" relacional.

La verdadera maestría de la autocrítica no reside en analizar lo que hicimos ayer, sino en **auditar lo que estamos diciendo ahora mismo**. A menudo, operamos bajo un "piloto automático" lingüístico: repetimos frases hechas, generalizamos por pereza mental y dejamos que nuestro cuerpo contradiga nuestras palabras.

En esta sección, exploraremos cómo pasar de una **comunicación reactiva** (basada en impulsos y miedos) a una **comunicación proactiva** (basada en objetivos y asertividad). Aprenderemos a detectar los "virus" de nuestro lenguaje y a utilizar el silencio y la postura como herramientas de alta dirección.

1. El peligro de las generalizaciones

Cuando decimos "*siempre*" o "*nadie*" ignoramos las excepciones positivas y nos enfocamos solo en el conflicto.
Como consecuencia, surge la **desmotivación** porque el receptor siente que su esfuerzo individual es invisible. Si "nadie hace nada", para qué voy a esforzarme yo.
Observa la transformación de castigo a gestión:
Error*:* "*Este departamento **nunca** cumple los plazos*".
Solución*:* "*He detectado un retraso de 48 horas en este proyecto concreto. Analicemos el cuello de botella*".
Resultado: se soluciona el problema técnico sin dañar el vínculo emocional.

2. Muletillas y eufemismos: el escudo de la inseguridad

El uso de eufemismos suele ser un intento inconsciente de "caer bien" o evitar el conflicto, pero el efecto es el opuesto: proyecta falta de control.
El lenguaje vago como "*quizás", "un poco", "a ver si*..." genera una zona gris. En esa zona gris es donde nacen los malentendidos y los retrasos.
El emisor evita la responsabilidad de dar una orden directa para no sentirse "el malo", pero termina siendo responsable del fracaso por no ser claro.
Observa la transformación de inseguridad a autoridad:
Error*:* "***Igual** tendríamos que **intentar mirar** lo de los informes **si tienes un hueco***".
Solución*:* "*Es prioritario revisar los informes. Por favor, tenlos listos para nuestra reunión de mañana*".
Resultado: se elimina la ambigüedad. El colaborador agradece saber exactamente qué se espera de él.

3. Lenguaje no verbal: la fuga de verdad

El cuerpo no sabe mentir. Cuando hay una desconexión entre lo que decimos y lo que hacemos con el cuerpo, el cerebro del interlocutor siempre creerá al cuerpo.
Puedes estar diciendo "*te escucho*", pero si tus pies apuntan hacia la puerta, tu cerebro está comunicando que quieres huir de esa conversación.
La falta de contacto visual o mirar dispositivos electrónicos se interpreta como una jerarquía de desprecio: "*mi tiempo es más valioso que tu problema".*
Ejemplos de mejora consciente:
Escucha activa: inclinar levemente el torso hacia adelante y mantener las manos visibles (fuera de los bolsillos) proyecta honestidad y apertura.
Gestión del tiempo: si tienes poco tiempo, es mejor decir: "tengo solo 5 minutos, pero quiero que sean para ti, dime lo más importante", en lugar de mirar el reloj a escondidas durante 20 minutos.
Necesidad y el uso estratégico del silencio frente a la verborrea de relleno.

4. La comunicación desde el "yo" vs. el ataque del "tú"
El discurso inconsciente suele ser acusatorio. Al usar el "tú" como inicio de frase, activamos automáticamente las defensas biológicas del interlocutor (lucha o huida). Cuando dices "*tú no has entregado*...", el cerebro de la otra persona deja de escuchar para buscar una excusa. Se rompe la gestión y empieza el conflicto.
Debes desplazar el foco hacia el impacto que el hecho tiene en el proceso o en uno mismo.
Observa la transformación:
Discurso inconsciente (ataque): *"**Tú** siempre llegas tarde a las reuniones y nos haces perder el tiempo."*
Discurso consciente (asertivo): *"**Yo** necesito que las reuniones empiecen puntuales para poder cumplir con mi agenda del día. ¿Podemos contar con tu compromiso?"*
Resultado: no juzgas la personalidad del otro, sino que expones una necesidad operativa. Es mucho más difícil rebatir una necesidad que un juicio.

5. El silencio consciente vs. el ruido de relleno
Muchas muletillas y eufemismos nacen del miedo al silencio. Inconscientemente, asociamos el silencio en una conversación con tensión o falta de conocimiento.
El uso de muletillas (*"ehh...", "bueno...", "digamos..."*) para rellenar huecos reduce tu estatus percibido. El interlocutor siente que estás procesando la información con dificultad o que tienes miedo a su reacción.
Un **silencio de 2 segundos** antes de responder a una pregunta difícil proyecta reflexión, control y autoridad.
Aplicación práctica:
En negociación: tras exponer tu precio o condición, cállate. El primero que habla por incomodidad suele perder la posición de fuerza.
En feedback: tras dar una instrucción clara, haz una pausa. Deja que la información "aterrice" en el otro. No la suavices con un eufemismo final.

En resumen, el nivel más profundo de la actitud crítica consiste en auditar nuestros propios "filtros" automáticos ya que, a menudo, usamos expresiones que dañan nuestra autoridad o generan conflictos sin que sea nuestra intención real.

Para profundizar más y ver ejemplos de estas prácticas, visualiza el  **VÍDEO “La comunicación consciente.**

Desarrollo

Son las 7:30 AM. Ha llovido toda la noche y algunas zanjas están embarradas. Teresa sabe que la inspección de seguridad llega a las 10:00 AM y, sin el reporte de riesgos y medidas de seguridad firmado, la obra podría ser paralizada. Teresa está nerviosa porque el capataz no aparece y el documento está desaparecido.

Situación A: Teresa necesita que el reporte de seguridad esté en su mesa antes de que llegue el inspector. En lugar de dar una orden directa, lo deja "al aire" esperando que alguien tome la iniciativa por cortesía.

Este es el impulso reactivo de Teresa:

"A ver si alguien me pasa el reporte de seguridad luego..."

Versión proactiva (tu propuesta):

Situación B: Al entrar en el sector B, Teresa ve que los operarios han colocado el sistema de sostenimiento de la zanja de forma incorrecta, ignorando las instrucciones que ella misma entregó ayer. Siente que han ignorado su autoridad técnica.

Este es el impulso reactivo de Teresa: " *¡Esto es un desastre! No habéis hecho nada bien. Siempre tengo que estar encima de vosotros como si fuerais niños."*

Versión proactiva (tu propuesta):

Situación C: Elena está explicando un procedimiento complejo de vertido de hormigón con aditivos térmicos. Nota caras de cansancio en el equipo y teme que, por no preguntar, cometan un error que arruine la mezcla.

Este es el impulso reactivo de Elena:

"Chicos, esto es vital. ¿Me entendéis u os lo tengo que explicar otra vez?"

Versión proactiva (tu propuesta):

Situación D: Durante la reunión de seguridad, Elena está explicando los nuevos protocolos mientras revisa los planos en su tablet sin mirar a los ojos a los operarios.

Dos de ellos están hablando por lo bajo. Ella nota la falta de atención, pero sigue hablando más rápido y con la voz más aguda.

1. Según la **coherencia no verbal**, ¿qué está comunicando el cuerpo y el tono de Elena aunque sus palabras hablen de "seguridad"?

2. ¿Qué tres cambios físicos o de entonación debería hacer Elena para recuperar el control de la reunión sin gritar?

Situación E: El jefe de cuadrilla, responsable de abrir las puertas de la obra, ha llegado 20 minutos tarde tres días seguidos, retrasando el inicio de toda la operativa. Elena está frustrada y a punto de explotar diciendo: *"Eres un irresponsable, un impuntual y me estás fallando"*.

Redacta una frase de **sustitución de juicios**. Elimina las etiquetas personales y enfócate en la necesidad técnica del proyecto.

Situación F: Un operario veterano, con 30 años de experiencia, le dice a Elena delante de todos: *"Ingeniera, este material no va a aguantar el fraguado con esta humedad, siempre lo hemos hecho con la mezcla tradicional"*. Elena siente que su autoridad es desafiada frente al grupo.

Elige la respuesta que mejor responde a la situación planteada para Elena:

A. Responder inmediatamente para no parecer débil: *"No, porque los cálculos de resistencia dicen que sí y yo soy la ingeniera*".
B. Usar una muletilla: *"Bueno... ehhh... es que la normativa ha cambiado y hay que seguirla, ¿vale?".*
C. Mantener contacto visual firme, esperar 2 segundos en completo silencio (para procesar y desescalar el ego) y responder: *"He revisado los cálculos de carga específicos para este nivel de humedad; este material es el adecuado para este suelo".*

Desenlace

Elena aplicó la comunicación asertiva, eliminó las muletillas de inseguridad y utilizó el poder del silencio y el contacto visual frente al operario veterano que cuestionaba los nuevos protocolos.

La tensión en el trabajo se disolvió cuando Elena dejó de intentar convencer con palabras atropelladas. Al mantener el contacto visual y esperar dos segundos antes de

responder a la queja del veterano, el mensaje que proyectó fue de una seguridad inquebrantable.

El operario, que esperaba una reacción defensiva, se encontró con una líder que escuchaba sin inmutarse. Al final, él mismo recogió las herramientas diciendo:

"Está bien, ingeniera, lo haremos a su manera".

Elena comprendió que **la actitud correcta no necesita volumen, necesita coherencia**. Su presencia física y su lenguaje preciso hicieron más que mil correcciones técnicas.

Reflexión

Como hemos visto a lo largo de esta unidad, el éxito de Elena Rivas no dependió únicamente de su solvencia técnica como ingeniera, sino de su capacidad para transformar su comunicación en una herramienta estratégica de liderazgo.

Al integrar con maestría el triángulo de la eficacia —equilibrando la adecuación, la síntesis y el respeto— y aplicar con rigor la fórmula CAP (canal, actitud y pertinencia), Elena logró trascender las barreras jerárquicas y emocionales de su entorno. Su evolución nos enseña que el verdadero liderazgo consciente comienza con la escucha activa y culmina con la palabra precisa en el momento oportuno.

Al cerrar esta unidad, recuerda que, al igual que para Elena, el dominio de estas habilidades no solo te permitirá gestionar proyectos con mayor fluidez, sino también construir puentes de confianza y respeto que son la base de cualquier logro profesional duradero.

7. Autoevaluación.

Eres miembro de la Junta Directiva de tu asociación vecinal. Se ha generado un conflicto: los vecinos jóvenes exigen una App para todo, mientras que los mayores se sienten excluidos. En medio de este caos, tu grupo de WhatsApp de la asociación no deja de pitar, tienes reuniones eternas y tu familia se queja de que no sueltas el móvil ni en la cena. Debes aplicar la **actitud crítica** para resolver el conflicto del barrio y gestionar tu propia energía.

Esta es la situación:

Eres miembro de la Junta Directiva de la "Asociación Vecinal El Barrio". Antes de leer la propuesta de la Plataforma "Vecinos Digitales", ten en cuenta la realidad de tu comunidad:

La asociación tiene 40 años de historia. Es el punto de encuentro donde se gestionan desde las quejas por el ruido hasta las fiestas del barrio. Sin embargo, en el último año, la comunicación se ha vuelto caótica:

- **El grupo de WhatsApp oficial:** tiene 250 personas. Es un "ruido" constante de quejas, memes y discusiones que no llevan a ninguna solución.
- **Las reuniones:** se alargan hasta las 3 horas porque no hay un orden del día claro y los vecinos suelen interrumpirse constantemente.
- **El presupuesto:** es ajustado. Cualquier gasto extra significa recortar en actividades para los niños o en el mantenimiento del local social.

2. Los protagonistas del conflicto:

- **El sector joven (Plataforma "Vecinos Digitales"):** profesionales de entre 25 y 40 años. Sienten que pierden el tiempo yendo a la sede para votar o leer un tablón de anuncios. Quieren soluciones tecnológicas ya.
- **El sector veterano:** vecinos fundadores de la asociación, muchos de ellos mayores de 70 años. Para ellos, la asociación es su vida social. No todos tienen smartphone y muchos temen que la tecnología sirva para "ocultar" información o excluirlos.

3. Tu responsabilidad como gestor:

Como miembro de la Junta, tu meta hoy es aplicar la **actitud crítica**. No puedes dejarte llevar por la emoción del momento ni por la presión de los mensajes que recibes en el móvil. Tu trabajo es:

1. **Filtrar los mensajes:** ¿lo que propone este folleto es una solución real o es solo una opinión sesgada?
2. **Gestionar la incertidumbre:** si no entiendes qué es el "*cifrado end-to-end*", debes saber que ahí hay una zona de riesgo que requiere tu curiosidad.
3. **Proteger el bienestar:** evitar que la digitalización rompa la convivencia del barrio.

ACTIVIDAD 1. LOS MENSAJES ESCRITOS: ACTITUD CRÍTICA

Objetivo

Comprender, interpretar y valorar con actitud crítica mensajes escritos de distintos ámbitos, participando en diferentes contextos de manera activa e informada.

Conocimientos básicos

- Cuando recibes un texto, ¿cómo identificas su idea principal?

- ¿Cómo decides si ese texto te interesa o no?

Lee la "Propuesta de la Plataforma Vecinos Digitales" y contesta a las preguntas que se plantean.

Propuesta de la Plataforma "Vecinos Digitales"

***Asunto**: La eficiencia no espera: por qué el papel es cosa del pasado.*

Estimados vecinos y miembros de la Junta:

Vivimos en una era donde la inmediatez manda. Sin embargo, nuestra asociación sigue anclada en métodos del siglo pasado. Actualmente, el gasto mensual en fotocopias, tóners y distribución física de actas asciende a 215,50 € exactos. Es una cifra objetiva que sale de nuestras cuotas y que se pierde en papeleras.

La idea fundamental que queremos transmitir es clara: la digitalización total de la comunicación es el único camino para garantizar la supervivencia económica y la transparencia de nuestra asociación.

Para lograrlo, proponemos la implementación de la App "BarrioConecta". Esta herramienta utiliza una interfaz Open Source con cifrado end-to-end, lo que garantiza que nadie ajeno a la comunidad pueda leer nuestras votaciones. Además, al eliminar el papel, esos 215 € se reinvertirán directamente en las fiestas patronales y en el arreglo del parque infantil, algo que todos deseamos.

Entendemos que algunos prefieren el tacto del papel, pero esa es una visión nostálgica que frena el progreso. El papel es, sencillamente, un lastre anticuado. Según las estadísticas de uso de nuestra última encuesta, el 85% de los socios tiene un smartphone con conexión de datos. Mantener el sistema analógico por un 15% es ineficiente y castiga el avance de la mayoría.

La eficiencia no es una opción, es un deber. Esperamos que la Junta tome la decisión correcta en la próxima asamblea.

Atentamente,

Plataforma Vecinos Digitales

Instrucciones: responde a las siguientes preguntas.

1. **Identificación de ideas:** aplica la "prueba de la omisión" y extrae:
   a) **La idea principal.** Define en una sola frase el mensaje esencial sin el cual el texto no tendría sentido.

   b) **Ideas secundarias.** Identifica dos ejemplos o datos que sirvan de "soporte" o ampliación a la idea principal.

2. **Hechos vs. opiniones:** busca la base del documento.
   a) Extrae un **dato/hecho** (algo demostrable y objetivo).

   b) Extrae un **juicio/opinión** (una impresión personal del grupo "vecinos digitales").

3. **Reflexiona. Imagina que recibes esta propuesta en tu correo hoy mismo. Pásala por las tres preguntas del "colador" para decidir si le dedicas tiempo:**
   a) **Relevancia:** ¿me sirve ahora? ¿Tiene que ver con tus metas como miembro de la junta de vecinos?

   b) **Pertinencia:** ¿es para alguien como yo? ¿Es viable esta tecnología para el perfil de vecinos de tu barrio?

   c) **Fiabilidad:** ¿es de fiar? ¿Qué pasos darías para verificar si lo que dicen sobre el ahorro de costes y la seguridad ("Open Source", "Cifrado") es una fuente oficial o solo un rumor?

ACTIVIDAD 2. TEXTOS ARGUMENTATIVOS Y PERSUASIVOS

Objetivo

Componer textos pertenecientes a distintas situaciones comunicativas, aplicando mecanismos de coherencia y cohesión.

Conocimientos básicos

- ¿Qué pasos sigues para redactar un texto?

La respuesta de la Junta Directiva
Tras analizar la propuesta de la plataforma "Vecinos Digitales", la Junta Directiva te ha encargado redactar el comunicado oficial de respuesta.

Instrucciones. Tu misión es actuar como mediador, utilizando la comunicación escrita para resolver el conflicto entre la innovación tecnológica y la inclusión de los vecinos veteranos.

1. Planificación estratégica: el triángulo de la eficacia

Antes de empezar a escribir, debes completar este esquema mental para que tu mensaje sea sólido.

a) Vértice 1: objetivo (¿para qué escribo?). Define el objetivo de tu texto en una frase.

b) Vértice 2: audiencia (¿a quién escribo?). Indica a quiénes va dirigido tu texto y el tono que debes utilizar para ellos.

1. Quién:
2. Tono:

c) Vértice 3: contenido (¿qué digo?). Selecciona los datos clave de la Actividad 1. No puedes ignorar el ahorro de 215,50 €, pero tampoco el 15% de vecinos que no tienen smartphone.

2. Redacción. Escribe tu propuesta (200-250 palabras) asegurándote de que el texto cumpla con estos tres requisitos de "Alta Dirección".

- No escribas un mensaje genérico. Menciona específicamente el nombre de la asociación, el conflicto con la App "BarrioConecta" y la importancia de la convivencia.

- El tono debe ser de mediación. Sustituye expresiones de ataque ("Ustedes se quejan por todo") por expresiones de necesidad operativa ("Para que la asociación sea sostenible, necesitamos optimizar gastos").

- Evita palabras "comodín" o vagas. No digas *"Haremos algo con el dinero"; di "Reinvertiremos los 215,50 € en el mantenimiento del parque infantil*".

3. Instrucciones de estructura. Para que tu mensaje sea eficaz, organízalo de la siguiente manera:

- **Título directo.** Debe resumir la intención del mensaje.
- **Introducción** (síntesis del problema). Resume en dos frases el conflicto actual integrando los hechos (ahorro) y la realidad social (exclusión).
- **Cuerpo** (las 3 medidas de "Eficiencia real"). Propón tres soluciones concretas. Una debe ser tecnológica, otra de apoyo humano y otra de garantía de acceso.
- **Cierre asertivo**. Termina con una frase que refuerce la unión del barrio, usando la comunicación desde el "Yo" (ej: "*Yo confío en que esta propuesta*...").

ACTIVIDAD 3. LOS MENSAJES ORALES Y SU INTENCIÓN COMUNICATIVA

Objetivo

Comprender, interpretar y valorar con actitud crítica mensajes orales de distintos ámbitos en diferentes contextos, participando de manera activa e informada.

Conocimientos básicos

- ¿Qué palabras en una conversación identificas un intento inconsciente de "caer bien" o evitar el conflicto?

- ¿Cuáles son los tres niveles de interacciones que debemos identificar para establecer el tiempo que dedicamos a cada uno en nuestra vida diaria? eficiencia y gestión emocional.

Contexto. La tensión en la asociación vecinal ha escalado. Se ha convocado una asamblea extraordinaria para decidir sobre la App "BarrioConecta". Mientras el ambiente se caldea, tu móvil no deja de vibrar con mensajes de un grupo de WhatsApp paralelo. Vas a leer el guion este tenso intercambio entre la veteranía y la juventud del barrio.

Guion del audio

1. *Doña Carmen: (con tono de indignación) "Miren, ya está bien. Yo lo que digo es que ustedes nunca nos escuchan. Siempre vienen aquí con sus aparatitos y sus palabras modernas a decirnos cómo tenemos que vivir. Nadie en este barrio quiere más pantallas; lo que queremos es que nos miren a la cara cuando hablamos."*

2. *Sergio: (mirando el reloj ostensiblemente, suspira y se recuesta en la silla) "A ver, Carmen... es que tú no entiendes que el mundo ha cambiado y no va a esperar por ti. Igual tendríamos que intentar mirar lo de la App porque, bueno, es mejor para todos y nos ahorra un dinero que estamos tirando. Realmente es un poco desastre seguir así."*
3. *Doña Carmen: (golpeando levemente la mesa) "¡No me digas que no entiendo! Lo que pasa es que tú no tienes respeto por los que levantamos este barrio cuando no había ni asfalto. Ahora parece que si no tenemos un código QR en la frente, no existimos. Estás siendo un maleducado con tus mayores."*
4. *Sergio: (interrumpiendo con desgana) "Ya estamos con el pasado... Eso no soluciona las facturas de hoy. A ver si nos enteramos de que o nos modernizamos o la asociación cierra por falta de fondos. ¿Me entiendes? No es tan difícil si le pones un poco de ganas en lugar de quejarte por siempre."*
5. *Doña Carmen: (con voz entrecortada) "No es queja, es dignidad. Pero claro, como para ti somos 'un lastre', pues nada... haz lo que quieras con tu maquinita. Al final, nadie se acordará de nosotros cuando todo sea digital."*

Instrucciones. Contesta a las preguntas que se plantean sobre el guion de estos audios.

1. **Localiza los siguientes indicadores de discurso inconsciente**

a) Generalización: 2 ejemplos.

b) Ataque del "Tú": 1 ejemplo.

c) Ahora, transforma esa frase de ataque del "Tú", usando la comunicación desde el "Yo".

d) Lenguaje no verbal: Sergio mira el reloj y se recuesta en la silla (intervención 2). **¿Qué comunica este lenguaje no verbal?**

e) Muletillas: 2 ejemplos.

f) Responsabilidad del mensaje: Sergio usa habitualmente el *"¿Me entiendes?"* ¿Por qué esta pregunta es un error de estatus y por cuál deberías sustituirla para ser un líder comunicativo?

2. **Durante este intercambio, recibes este mensaje en el grupo de WhatsApp:**
   "¡Sergio es un impresentable! Carmen tiene razón. Vamos a interrumpirle en cuanto vuelva a hablar. ¡Abucheos ya!"

Aplica los tres niveles de filtro para decidir tu próxima acción:

1. **Nivel digital (¿me sirve o me estresa?):** analiza el mensaje. ¿Es una aportación útil para solucionar el problema del barrio o es "ruido" que busca el conflicto? ¿qué harías con este grupo de chat en este preciso instante?

2. **Nivel trabajo/asociación (reunión con sentido):** la asamblea se está convirtiendo en una pelea personal. ¿Qué "solución de alta dirección" propondrías para que la reunión recupere su **objetivo** (decidir sobre la app) y no sea una pérdida de tiempo?

3. **Nivel círculo cercano (ojos en la cara):** tu pareja te ha acompañado para apoyarte. Te susurra algo sobre el conflicto, pero tú estás concentrado escribiendo en el grupo de WhatsApp. ¿ES correcta tu actuación?

ACTIVIDAD 4. EXPRESAR TU OPINIÓN DE MANERA FUNDAMENTADA

Objetivo

Sintetizar información procedente de distintas fuentes orales, identificando el tema principal y los secundarios y proporcionando su opinión personal.

Conocimientos básicos

- ¿Qué estrategia se utiliza para evitar el ruido de relleno en las intervenciones orales?

- ¿Qué estrategia es la más adecuada cuando no tienes tiempo para prestar atención a alguien que te está hablando?

Instrucciones. Ahora, debes presentar tu propuesta de mediación (de la Actividad 2) ante Carmen, Sergio y el resto de vecinos.

Graba un audio con tu propuesta siguiendo las siguientes instrucciones técnicas:

1. **Precisión.** No uses eufemismos sino instrucciones claras. Di: *"Propongo este sistema híbrido..."* en lugar de *"A ver si podemos intentar mirar..."*.
2. **Técnica de la X. Recuerda lo aprendido en unidades anteriores para resaltar información importante.** Tras proponer los "Talleres de formación para mayores", haz una **pausa de 3 segundos**. Mantén el contacto visual.
3. **Comunicación desde el "Yo".** Explica lo que **tú necesitas** de la asamblea para cumplir con la agenda.
4. **Cierre.** Evita muletillas y termina invitando a "**decir sí a lo que de verdad importa**".

8. Solucionario autoevaluación

Eres miembro de la junta directiva de tu asociación vecinal. Se ha generado un conflicto: los vecinos jóvenes exigen una App para todo, mientras que los mayores se sienten excluidos. En medio de este caos, tu grupo de WhatsApp de la asociación no deja de pitar, tienes reuniones eternas y tu familia se queja de que no sueltas el móvil ni en la cena. Debes aplicar la **actitud crítica** para resolver el conflicto del barrio y gestionar tu propia energía.

Esta es la situación:

Eres miembro de la Junta Directiva de la "Asociación Vecinal El Barrio". Antes de leer la propuesta de la Plataforma "Vecinos Digitales", ten en cuenta la realidad de tu comunidad:

La asociación tiene 40 años de historia. Es el punto de encuentro donde se gestionan desde las quejas por el ruido hasta las fiestas del barrio. Sin embargo, en el último año, la comunicación se ha vuelto caótica:

- **El grupo de WhatsApp oficial:** tiene 250 personas. Es un "ruido" constante de quejas, memes y discusiones que no llevan a ninguna solución.
- **Las reuniones:** se alargan hasta las 3 horas porque no hay un orden del día claro y los vecinos suelen interrumpirse constantemente.
- **El presupuesto:** es ajustado. Cualquier gasto extra significa recortar en actividades para los niños o en el mantenimiento del local social.

2. Los protagonistas del conflicto:

- **El sector joven (Plataforma "Vecinos Digitales"):** profesionales de entre 25 y 40 años. Sienten que pierden el tiempo yendo a la sede para votar o leer un tablón de anuncios. Quieren soluciones tecnológicas ya.
- **El sector veterano:** vecinos fundadores de la asociación, muchos de ellos mayores de 70 años. Para ellos, la asociación es su vida social. No todos tienen smartphone y muchos temen que la tecnología sirva para "ocultar" información o excluirlos.

3. Tu responsabilidad como gestor:

Como miembro de la Junta, tu meta hoy es aplicar la **actitud crítica**. No puedes dejarte llevar por la emoción del momento ni por la presión de los mensajes que recibes en el móvil. Tu trabajo es:

4. **Filtrar los mensajes:** ¿lo que propone este folleto es una solución real o es solo una opinión sesgada?
5. **Gestionar la incertidumbre:** si no entiendes qué es el "*cifrado end-to-end*", debes saber que ahí hay una zona de riesgo que requiere tu curiosidad.
6. **Proteger el bienestar:** evitar que la digitalización rompa la convivencia del barrio.

Actividad 1. Los mensajes escritos: actitud crítica.

Objetivo

Comprender, interpretar y valorar con actitud crítica mensajes escritos de distintos ámbitos, participando en diferentes contextos de manera activa e informada.

Conocimientos básicos

- Cuando recibes un texto, ¿cómo identificas su idea principal?

Aplicamos la prueba de la omisión: selecciona la frase que parece contener la tesis.

Si elimino esa frase y el texto pierde su razón de ser, has encontrado la idea principal.

- ¿Cómo decides si ese texto te interesa o no?

Le hago el test de la relevancia, pertinencia y fiabilidad con las siguientes preguntas:
Relevancia: ¿Afecta a mis objetivos actuales o a mis responsabilidades inmediatas?
Pertinencia: ¿Soy yo el destinatario adecuado?
Fiabilidad: ¿La fuente es rigurosa?

Lee la "Propuesta de la Plataforma Vecinos Digitales" y contesta a las preguntas que se plantean.

> ***Propuesta de la Plataforma "Vecinos Digitales"***
>
> ***Asunto:*** *La eficiencia no espera: por qué el papel es cosa del pasado.*
>
> *Estimados vecinos y miembros de la Junta:*
>
> *Vivimos en una era donde la inmediatez manda. Sin embargo, nuestra asociación sigue anclada en métodos del siglo pasado. Actualmente, el gasto mensual en fotocopias, tóners y distribución física de actas asciende a 215,50 € exactos. Es una cifra objetiva que sale de nuestras cuotas y que se pierde en papeleras.*
>
> *La idea fundamental que queremos transmitir es clara: la digitalización total de la comunicación es el único camino para garantizar la supervivencia económica y la transparencia de nuestra asociación.*
>
> *Para lograrlo, proponemos la implementación de la App "BarrioConecta". Esta herramienta utiliza una interfaz Open Source con cifrado end-to-end, lo que garantiza que nadie ajeno a la comunidad pueda leer nuestras votaciones. Además, al eliminar el papel, esos 215 € se reinvertirán directamente en las fiestas patronales y en el arreglo del parque infantil, algo que todos deseamos.*
>
> *Entendemos que algunos prefieren el tacto del papel, pero esa es una visión nostálgica que frena el progreso. El papel es, sencillamente, un lastre anticuado. Según las estadísticas de uso de nuestra última encuesta, el 85% de los socios tiene un smartphone con conexión de datos. Mantener el sistema analógico por un 15% es ineficiente y castiga el avance de la mayoría.*
>
> *La eficiencia no es una opción, es un deber. Esperamos que la Junta tome la decisión correcta en la próxima asamblea.*

Atentamente,

Plataforma Vecinos Digitales

Instrucciones: responde a las siguientes preguntas.

1. **Identificación de ideas:** aplica la "prueba de la omisión" y extrae:
   c) **La idea principal.** Define en una sola frase el mensaje esencial sin el cual el texto no tendría sentido.

La digitalización integral de la comunicación es la única vía para asegurar la transparencia y la viabilidad económica de la asociación

   d) **Ideas secundarias.** Identifica dos ejemplos o datos que sirvan de "soporte" o ampliación a la idea principal.

El gasto en papel es de 215,50 €/mes.
El 85% de socios tiene smartphone.

2. **Hechos vs. opiniones:** busca la base del documento.
   c) Extrae un **dato/hecho** (algo demostrable y objetivo).

"El gasto mensual... asciende a 215,50 €".

   d) Extrae un **juicio/opinión** (una impresión personal del grupo "vecinos digitales").

"El papel es, sencillamente, un lastre anticuado".

3. **Reflexiona. Imagina que recibes esta propuesta en tu correo hoy mismo. Pásala por las tres preguntas del "colador" para decidir si le dedicas tiempo:**
   d) **Relevancia:** ¿me sirve ahora? ¿Tiene que ver con tus metas como miembro de la junta de vecinos?

Sí, afecta a la gestión presupuestaria y comunicación, metas clave de la junta.

   e) **Pertinencia:** ¿es para alguien como yo? ¿Es viable esta tecnología para el perfil de vecinos de tu barrio?

Variable. El 15% de exclusión técnica es un riesgo para la convivencia.

   f) **Fiabilidad:** ¿es de fiar? ¿Qué pasos darías para verificar si lo que dicen sobre el ahorro de costes y la seguridad ("Open Source", "Cifrado") es una fuente oficial o solo un rumor?

Requiere contraste externo (expertos en IT, presupuestos de mercado).

Actividad 2. Textos argumentativos y persuasivos.

Objetivo

Componer textos pertenecientes a distintas situaciones comunicativas, aplicando mecanismos de coherencia y cohesión.

Conocimientos básicos

- ¿Qué es lo primero que debes hacer para redactar un texto?

Establecer el propósito, el público y el contexto del texto.
Identificar las ideas principales y secundarias.
Elegir bien el canal, la actitud y la pertinencia de mi texto. (Fórmula CAP)
La respuesta de la Junta Directiva

Tras analizar la propuesta de la plataforma "Vecinos Digitales", la Junta Directiva te ha encargado redactar el comunicado oficial de respuesta.

Instrucciones. Tu misión es actuar como mediador, utilizando la comunicación escrita para resolver el conflicto entre la innovación tecnológica y la inclusión de los vecinos veteranos.

1. Planificación estratégica: el triángulo de la eficacia

Antes de empezar a escribir, debes completar este esquema mental para que tu mensaje sea sólido.

a) Vértice 1: objetivo (¿para qué escribo?). Define el objetivo de tu texto en una frase.

Validar el ahorro económico propuesto por los jóvenes asegurando la accesibilidad total para los mayores.

b) Vértice 2: audiencia (¿a quién escribo?). Indica a quiénes va dirigido tu texto y el tono que debes utilizar para ellos.

Un colectivo heterogéneo (vecinos de todas las edades).

Requiere un lenguaje claro, sin jerga informática compleja pero con datos rigurosos.

c) Vértice 3: contenido (¿qué digo?). Selecciona los datos clave de la Actividad 1. No puedes ignorar el ahorro de 215,50 €, pero tampoco el 15% de vecinos que no tienen smartphone.

Ahorro de 215,50€, uso de la App BarrioConecta, talleres de formación y mantenimiento de canales físicos.

2. Redacción. Escribe tu propuesta (200-250 palabras) asegurándote de que el texto cumpla con estos tres requisitos de "Alta Dirección".

- No escribas un mensaje genérico. Menciona específicamente el nombre de la asociación, el conflicto con la App "BarrioConecta" y la importancia de la convivencia.
- El tono debe ser de mediación. Sustituye expresiones de ataque ("Ustedes se quejan por todo") por expresiones de necesidad operativa ("Para que la asociación sea sostenible, necesitamos optimizar gastos").
- Evita palabras "comodín" o vagas. No digas *"Haremos algo con el dinero"; di "Reinvertiremos los 215,50 € en el mantenimiento del parque infantil*".

3. Instrucciones de estructura. Para que tu mensaje sea eficaz, organízalo de la siguiente manera:

- **Título directo.** Debe resumir la intención del mensaje.
- **Introducción** (síntesis del problema). Resume en dos frases el conflicto actual integrando los hechos (ahorro) y la realidad social (exclusión).
- **Cuerpo** (las 3 medidas de "Eficiencia real"). Propón tres soluciones concretas. Una debe ser tecnológica, otra de apoyo humano y otra de garantía de acceso.
- **Cierre asertivo**. Termina con una frase que refuerce la unión del barrio, usando la comunicación desde el "Yo" (ej: "*Yo confío en que esta propuesta*...").

Título: Propuesta de transición digital inclusiva - Junta Directiva

Estimados vecinos y vecinas:

Tras analizar la propuesta de la plataforma "Vecinos Digitales", la Junta Directiva reconoce que el ahorro mensual de 215,50 € es un **hecho objetivo** que no podemos ignorar si queremos garantizar la supervivencia económica de nuestra asociación. No obstante, nuestra prioridad absoluta es que ningún socio se sienta excluido por motivos tecnológicos.

Para equilibrar eficiencia y convivencia, proponemos el siguiente plan de acción inmediata:

1. **Implementación híbrida:** Adoptaremos la App "BarrioConecta" para la gestión diaria, pero mantendremos el tablón de anuncios físico y el envío postal para el 15%

Actividad 3. Los mensajes orales y su intención comunicativa.

Objetivo

Comprender, interpretar y valorar con actitud crítica mensajes orales de distintos ámbitos en diferentes contextos, participando de manera activa e informada.

Conocimientos básicos

- ¿Qué palabras en una conversación identificas como un intento inconsciente de "caer bien" o evitar el conflicto?
Eufemismos.

- ¿Cuáles son los tres niveles de interacciones que debemos identificar para establecer el tiempo que dedicamos a cada uno en nuestra vida diaria?
Mi círculo cercano, el entrono digital y el trabajo.

Contexto. La tensión en la asociación vecinal ha escalado. Se ha convocado una asamblea extraordinaria para decidir sobre la App "BarrioConecta". Mientras el ambiente se caldea, tu móvil no deja de vibrar con mensajes de un grupo de WhatsApp paralelo. Vas a leer el guion este tenso intercambio entre la veteranía y la juventud del barrio.

Guion del audio

1. *Doña Carmen: (con tono de indignación) "Miren, ya está bien. Yo lo que digo es que ustedes nunca nos escuchan. Siempre vienen aquí con sus aparatitos y sus palabras modernas a decirnos cómo tenemos que vivir. Nadie en este barrio quiere más pantallas; lo que queremos es que nos miren a la cara cuando hablamos."*
2. *Sergio: (mirando el reloj ostensiblemente, suspira y se recuesta en la silla) "A ver, Carmen... es que tú no entiendes que el mundo ha cambiado y no va a esperar por ti. Igual tendríamos que intentar mirar lo de la App porque, bueno, es mejor para todos y nos ahorra un dinero que estamos tirando. Realmente es un poco desastre seguir así."*
3. *Doña Carmen: (golpeando levemente la mesa) "¡No me digas que no entiendo! Lo que pasa es que tú no tienes respeto por los que levantamos este barrio cuando no había ni asfalto. Ahora parece que si no tenemos un código QR en la frente, no existimos. Estás siendo un maleducado con tus mayores."*
4. *Sergio: (interrumpiendo con desgana) "Ya estamos con el pasado... Eso no soluciona las facturas de hoy. A ver si nos enteramos de que o nos modernizamos o la asociación cierra por falta de fondos. ¿Me entiendes? No es tan difícil si le pones un poco de ganas en lugar de quejarte por siempre."*
5. *Doña Carmen: (con voz entrecortada) "No es queja, es dignidad. Pero claro, como para ti somos 'un lastre', pues nada... haz lo que quieras con tu maquinita. Al final, nadie se acordará de nosotros cuando todo sea digital."*

Instrucciones. Contesta a las preguntas que se plantean sobre el guion de estos audios.

3. Localiza los siguientes indicadores de discurso inconsciente

g) Generalización: 2 ejemplos.

"Nunca", "siempre" y "nadie"

h) Ataque del "Tú": 1 ejemplo.

Es que tú no entiendes que el mundo ha cambiado y no va a esperar por ti.
Tú no tienes respeto por los que levantamos este barrio cuando no había ni asfalto.

i) **Ahora, transforma esa frase de ataque del "Tú", usando la comunicación desde el "Yo".**

"Yo necesito que entendamos la gravedad de nuestra situación financiera para poder asegurar que la asociación siga abierta el año que viene".
"Yo me siento excluido cuando percibo que la experiencia de los vecinos fundadores no tiene espacio en las nuevas decisiones".

j) **Lenguaje no verbal:** Sergio mira el reloj y se recuesta en la silla (intervención 2). **¿Qué comunica este lenguaje no verbal?**

Es una falta de escucha activa que humilla al interlocutor haciéndole creer que su intervención no le importa.

k) **Muletillas: 2 ejemplos.**

A ver.

Bueno.

l) **Responsabilidad del mensaje:** Sergio usa habitualmente el *"¿Me entiendes?"* ¿Por qué esta pregunta es un error de estatus y por cuál deberías sustituirla para ser un líder comunicativo?

Porque hace pensar que es culpa de los demás que no entienden el mensaje.

¿He sido claro?" o "¿Me he explicado bien?".

4. **Durante este intercambio, recibes este mensaje en el grupo de WhatsApp:**
   "¡Sergio es un impresentable! Carmen tiene razón. Vamos a interrumpirle en cuanto vuelva a hablar. ¡Abucheos ya!"

Aplica los tres niveles de filtro para decidir tu próxima acción:

Nivel digital (¿me sirve o me estresa?): analiza el mensaje. ¿Es una aportación útil para solucionar el problema del barrio o es "ruido" que busca el conflicto? ¿qué harías con este grupo de chat en este preciso instante?

El mensaje es puro ruido tóxico. La solución crítica es silenciar el grupo para centrarse en la mediación real.

Nivel trabajo/asociación (reunión con sentido): la asamblea se está convirtiendo en una pelea personal. ¿Qué "solución de alta dirección" propondrías para que la reunión recupere su **objetivo** (decidir sobre la app) y no sea una pérdida de tiempo?

La reunión ha perdido su objetivo (decidir sobre la App) para convertirse en un cruce de ataques personales (el pasado vs. el presente).
Solución de "Alta Dirección": Intervenir para reconducir el debate hacia los hechos.

Nivel círculo cercano (ojos en la cara): tu pareja te ha acompañado para apoyarte. Te susurra algo sobre el conflicto, pero tú estás concentrado escribiendo en el grupo de WhatsApp. ¿Es correcta tu actuación?

Estás cometiendo el error de "ausencia mental" al estar priorizando el "ruido digital" de un grupo de WhatsApp tóxico.

La solución correcta es guardar el teléfono, mirar a tu pareja y escuchar su susurro, recuperando la conexión con tu círculo de confianza.

Actividad 4. Expresar tu opinión de manera fundamentada.

Objetivo

Sintetizar información procedente de distintas fuentes orales, identificando el tema principal y los secundarios y proporcionando su opinión personal.

Conocimientos básicos

- ¿Qué estrategia se utiliza para evitar el ruido de relleno en las intervenciones orales?

Usar el silencio de 2 segundos para pensar.

- ¿Qué estrategia es la más adecuada cuando no tienes tiempo para prestar atención a alguien que te está hablando?

Decirle, por ejemplo, que ahora mismo no le puedo prestar atención y le atenderé en otro momento cuando tenga más tiempo para dedicarle la atención que merece.

Instrucciones. Ahora, debes presentar tu propuesta de mediación (de la Actividad 2) ante Carmen, Sergio y el resto de vecinos.

Graba un audio con tu propuesta siguiendo las siguientes instrucciones técnicas:

1. **Precisión.** No uses eufemismos sino instrucciones claras. Di: *"Propongo este sistema híbrido..."* en lugar de *"A ver si podemos intentar mirar..."*.
2. **Técnica de la X. Recuerda lo aprendido en unidades anteriores para resaltar información importante.** Tras proponer los "Talleres de formación para mayores", haz una **pausa de 3 segundos**. Mantén el contacto visual.
3. **Comunicación desde el "Yo".** Explica lo que **tú necesitas** de la asamblea para cumplir con la agenda.
4. **Cierre.** Evita muletillas y termina invitando a "**decir sí a lo que de verdad importa**".

Propuesta de solución:

Guion de la propuesta de mediación:

"(Inicio con tono firme y pausado) Vecinos, Sergio, Carmen. **Yo necesito** que nos tomemos un momento para recuperar el objetivo de esta reunión. Mi meta como miembro de la junta es que esta asociación sea sostenible sin que ningún vecino se quede atrás.

Propongo este sistema híbrido: implementaremos la App 'BarrioConecta' para optimizar los 215,50 € de gasto mensual, pero mantendremos las convocatorias en papel para quienes así lo requieran. Además, pondremos en marcha los **talleres de formación digital para mayores**, impartidos por los jóvenes de la plataforma.

Yo necesito vuestro compromiso para dejar de lado los ataques personales y centrarnos en esta solución técnica. Es la única forma de garantizar que el dinero de nuestras cuotas se invierta en el parque infantil y no en tóners de impresora.

Para terminar, olvidemos por un momento las pantallas y los códigos QR. Os invito a que votemos a favor de la convivencia y de la supervivencia de nuestro barrio. Digamos sí a lo que de verdad importa.

Muchas gracias."