

INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO



JAPÓN

Amor al conocimiento

GUÍA METOLÓGICA

LENGUAJE Y COMUNICACIÓN

PARVULARIA



COMPILADOR: MGS. JESSICA NARANJO
2019



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO JAPÓN
 GUIA DE APRENDIZAJE

1. IDENTIFICACIÓN

Nombre de la Asignatura: LENGUAJE Y COMUNICACIÓN	Componentes del Aprendizaje	Desarrollar la lingüística mediante el uso adecuado de recursos idiomáticos; que pone especial énfasis en la comprensión lectora, redacción de textos académicos y científicos, redacción de textos técnicos, y técnicas de comunicación grupal.		
Resultado del Aprendizaje:				
<ul style="list-style-type: none"> • Conoce la formación pragmática en el área de lenguaje y comunicación. • Utiliza los recursos técnicos de la oratoria y aplica en la elocución de discursos. • Organiza la información y el tipo de registro lingüístico que utilizará. 				
COMPETENCIAS Y OBJETIVOS:				
<ul style="list-style-type: none"> • Conocer fundamentos lingüísticos metodológicos de expresión oral y lecto escritura. • Identificar en diferentes actos comunicativos los elementos y propósitos de la comunicación. 				
Docente de Implementación:				
MSc. Jéssica Naranjo			Duración: 30 horas	
Unidades	Competencias	Resultados de aprendizaje	Actividades	Tiempo de ejecución
Exposición magistral de lo qué funciones del lenguaje y los distintos tipos de discursos y textos.	Conoce elementos de la comunicación, su relación con las funciones del lenguaje y los distintos tipos de discursos y textos.	Identificar en diferentes actos comunicativos los elementos y propósitos de la comunicación.	Exposiciones orales sobre el tema de investigación asignado. Intervención de los señores estudiantes con criterios sobre el tema en un foro abierto.	5 horas
Exposición: Fundamentos de características de discursos informativos, persuasivos y emotivos.	Utiliza características de los discursos y textos informativos, persuasivos y emotivos. La lectura según los diferentes tipos de textos: Lectura	Utilizar discursos y textos informativos persuasivos y emotivos	Lectura de los temas para complementa lo expuesto mediante la conferencia magistral y el material entregado conforme se menciona en la bibliografía	5 horas



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO JAPÓN
 GUIA DE APRENDIZAJE

	literal, críticavalorativa.			
Paráfrasis estrategias de documentos académicos.	Aplica paráfrasis, estrategia para la redacción de documentos académicos.	Analizar y aplicar los criterios de propiedad y corrección lingüística.	Exposiciones orales sobre los temas de investigación asignados a los señores estudiantes Foro de discusión abierto.	5 horas
Recursos técnicos para hablar en público.	Domina recursos técnicos para hablar en público y recursos expresivos.	Dominar los recursos técnicos y expresivos para hablar en público.	Exposiciones orales de los temas individuales asignados a cada uno de los señores maestrantes. Foro de discusión-	5 horas
Recursos técnicos la estructura de párrafos, ensayos y textos académicos.	Domina y utiliza recursos técnicos para la escritura de párrafos, ensayos y textos académicos.	Dominar los recursos técnicos para la escritura de párrafos, ensayos y textos académicos.	Exposición practica utilizando los recursos técnicos para hablar en público y la estructura de párrafos, ensayos y textos académicos.	5 horas
Signos de puntuación en la escritura de párrafos, ensayos y textos académicos.	Utiliza signos de puntuación en la escritura de párrafos, ensayos y textos académicos.	Emplear signos de puntuación en la escritura de párrafos, ensayos y textos académicos.	Lectura de los temas para complementa lo expuesto mediante la conferencia magistral y el material entregado conforme se menciona en la bibliografía	5 horas

2. CONOCIMIENTOS PREVIOS Y RELACIONAD

PRE REQUISITO:
CO-REQUISITOS: Ninguno



3. UNIDADES TEÓRICAS

- **Desarrollo de las Unidades de Aprendizaje (contenidos)**

- A. Base Teórica.**

UNIDAD 1

LA COMUNICACIÓN EN LAS FUNCIONES DEL LENGUAJE

Las funciones del lenguaje son los distintos cometidos con que el lenguaje se usa por parte del ser humano. Estos propósitos han sido estudiados fundamentalmente por la Lingüística y la Comunicación, de forma que, por lo común, se ha dado una función del lenguaje por cada factor de la comunicación que interviene en el proceso, siendo lo más normal que una función domine o prevalezca y las demás le estén subordinadas.

Con función lingüística se entiende la relación que se establece, por una parte, entre el destinador y el mensaje y que es originada por la intención del emisor al construir un enunciado orientándolo hacia cualquiera de los elementos del proceso u objetivos posibles.

Varios han sido los lingüistas que han estudiado y propuesto clasificaciones de las funciones del lenguaje; por orden cronológico son:

El lingüista Karl Bühler postuló que solo existían tres funciones:

La función simbólica o representativa

Se centra en las cosas, seres y relaciones del mundo real o universos imaginarios posibles, de las cuales dan cuenta o informa objetivamente. Se centra en el factor de la comunicación referente. Es la función primordial o principal del lenguaje, pues es la que transmite información más amplia. Emplea símbolos. Es la única específica del ser humano.

La función sintomática o expresiva



En virtud de su dependencia del factor de la comunicación emisor, cuyos sentimientos refiere o expresa. Emplea síntomas.

La función señalativa o apelativa

Mediante la que se influye en el factor de la comunicación receptor del mensaje denotando órdenes, mandatos, sugerencias o preguntas. Utiliza señales.

Estas tres funciones se dan asimismo en la comunicación mediante signos no lingüísticos y solo la función referencial es específicamente humana: las otras dos se dan también en la comunicación animal. Por demás, esta triple división en realidad calca la estructura del signo lingüístico: significado, significante y referente.

El modelo de Bühler le parecía incompleto a Roman Jakobson quien redefinió sus funciones y añadió otras tres sobre los ejes de los factores de la comunicación:

Función referencial, representativa o informativa

La función referencial (también llamada representativa o informativa) se centra en el contenido del mensaje y la situación. Aparece en aquellos mensajes en los que se informa de algo de manera objetiva. Por ejemplo: Son las tres de la tarde.

Función emotiva o expresiva

La función emotiva (también llamada expresiva o sintomática) se centra en el emisor. Esta aparece en aquellos mensajes en los que predomina la subjetividad y, por lo tanto, el hablante expresa sus sentimientos, emociones, estados de ánimo, etc. Por ejemplo: Soy muy feliz.

Función apelativa o conativa

La función apelativa o conativa se centra en el receptor. Está presente en aquellos mensajes en los



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO JAPÓN GUIA DE APRENDIZAJE

que el emisor tiene como objetivo condicionar o alterar la conducta del receptor. Esta función se manifiesta, sobre todo, en oraciones imperativas, exhortativas e interrogativas. Por ejemplo: Tómate la sopa y vete a la cama.

Función metalingüística

Esta función se centra en el propio código de la lengua. Se utiliza para hablar del propio lenguaje; aclara el mensaje. Se manifiesta en declaraciones y definiciones y en la lengua escrita se percibe señalándola con comillas o cursivas: "Pedro tiene 5 letras". En la lengua oral, la palabra destacada recibe una entonación especial o se destaca con el acento de intensidad. De esta función emana el archigénero literario didáctico.

Función poética o estética

Esta función está orientada al mensaje. Aparece siempre que la expresión atrae la atención sobre su forma, en cualquier manifestación en la que se utilice el lenguaje con propósito estético. Abundan, puesto que su objetivo es llamar la atención por el uso especial del código, las figuras estilísticas. Esta función se encuentra especialmente, aunque no exclusivamente, en los textos literarios.

Ejemplo: En el silencio solo se escuchaba / un susurro de abejas que sonaba.

Función fática o relacional

La función fática o función relacional está orientada al canal de comunicación entre el emisor y el receptor. Su propósito es iniciar, prolongar, interrumpir o finalizar una conversación o bien sencillamente comprobar si existe algún tipo de contacto. Su contenido informativo es nulo o escaso y se utiliza como forma o manera de saludo.

La finalidad de la función fática no es principalmente informar, sino facilitar el contacto social para poder transmitir, dar y optimizar posteriormente mensajes de mayor contenido.



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO JAPÓN GUIA DE APRENDIZAJE

Constituyen esta función todas las unidades que utilizamos para iniciar, mantener o finalizar la conversación. Ejemplos: Por supuesto, claro, escucho, naturalmente, entiendo, cómo no, OK, perfecto, bien, ya, de acuerdo, etc.

Está presente en los mensajes que sirven para garantizar que el canal funciona correctamente y que el mensaje llega sin interrupción.

Según Michael Halliday

La Gramática sistémica funcional o Lingüística sistémica funcional de Michael Halliday cuestionó las propuestas de los lingüistas estructuralistas y generativistas, que hasta entonces no permitían un estudio de la combinación "lengua / habla" simultáneamente. Halliday plantea la discusión al respecto en su libro *El lenguaje como semiótica social* (1978) donde formula un nuevo punto de vista que integra el componente sociocultural como clave en la comprensión del lenguaje. Sitúa al contexto como parte intrínseca de este tornándolo cuestionable solo en tanto esté en uso y ya no separado del mismo. Considera que el lenguaje es inter e intra organismos, a diferencia de sus antecesores, que lo aislaban.

En su gramática postula diversas funciones del lenguaje:

Función ideativa

Representa la relación entre el hablante y el mundo real que lo rodea, incluyendo al propio hablante como parte suya. Permite estructurar, determinar y entender el mundo y expresa la experiencia y cosmovisión del individuo hablante.

Función interpersonal

Es la que permite establecer y mantener relaciones sociales. Es interactiva y sirve para expresar los distintos roles sociales incluyéndolos en la comunicación. Es una dimensión social.

Función textual



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO JAPÓN GUIA DE APRENDIZAJE

Es una función instrumental para las dos anteriores: por ella la lengua se conecta con la situación en la cual se emplea permitiendo establecer relaciones de cohesión entre las partes de un texto y su adecuación a la situación concreta en que concurre. Estas tres metafunciones se proyectan en su objeto de estudio: el texto, que puede ser oral o escrito.

Las funciones propuestas por Halliday, que están necesariamente ligadas a las nociones de Campo, Tenor y Modo del contexto situacional, dan cuenta del momento comunicativo en tanto la ideativa es una función interna que nos provee herramientas -lengua- para expresar nuestra experiencia personal y previa así como también ordenar el mensaje que queremos transmitir; la interpersonal se centra en las figuras hablante -oyente/emisor-receptor, ergo en la forma en la que tendrá que ser usado el lenguaje (+/- formalidad, +/- efectividad, etc.), y por último, la función textual dará cuenta del medio para transmitir, si es un texto oral, escrito, si está en una carta o en una nota, etc.

Esta unificación de lengua o habla estructuralista / competencia o actuación generativista en el objeto de estudio dio comienzo a la Pragmática

DISCURSOS

Es la expresión formal de un acto comunicativo, que se presenta bajo manifestaciones diversas (discurso oral, escrito, por ejemplo). Es un texto que se expresa de forma oral, transmite un mensaje conciso y tiene que ver por lo general con los conocimientos o la opinión de quién hace el discurso. No poseen una estructura en particular aunque la mayoría poseen una introducción, un desarrollo y un cierre. En ocasiones quien brinda el discurso puede tenerlo escrito, aunque es común que no sean escritos y tengan una forma algo más libre. Su utilidad es múltiple, aunque podemos apreciar más de este tipo en la política, las empresas o instituciones educativas.

TIPOS DE DISCURSOS

Tipos de discursos según la temática

Discursos políticos: Tal como su nombre lo indica se orientan al ambiente político, y sus temáticas



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO JAPÓN GUIA DE APRENDIZAJE

discursivas tienen que ver con planes o proyectos para lograr ocupar algún puesto político. El objetivo principal es convencer al oyente de sus ideas y que sea éste el que luego le provea un voto. También se catalogan de esta forma los discursos que efectúan dirigentes para dar conocimiento de las acciones llevadas a cabo durante su mandato.

Discursos empresariales: Los discursos de este tipo son dictados por personas que ocupan altos cargos en las empresas o que se ocupan de la motivación del personal. Los objetivos por lo general son múltiples algunos ejemplos comunes son, informar sobre innovaciones tecnológicas al personal, comunicar premios, agradecimientos, etc.

Discurso religioso: Este tipo de discurso es dado por el sacerdote, es comúnmente denominado también homilía. En ella se exponen pensamientos y percepciones de temas religiosos que inciden en la vida diaria. De acuerdo a cada religión particular la temática puede ser distinta o el enfoque desde distintos puntos de vista.

Tipos de discursos según la estructura

Discurso expositivo

Este tipo de discurso tal como su nombre lo indica intenta exponer o dar razones sobre un tema determinado. Por lo general luego de estas exposiciones se aceptan preguntas de los oyentes para dejar en claro los puntos que fueron tratados durante el discurso.

Discurso argumentativo

Este tipo discursivo explica cuáles son las razones que llevan a una conclusión dada. Intenta mediante las palabras de convencer a los oyentes sobre la veracidad de las pruebas que tiene, los argumentos deben ser lógicos y claros (no deben dar lugar a pensamientos ambiguos). Por lo general primero se expone la conclusión y luego se brindan los argumentos.

Discurso informativo



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO JAPÓN GUIA DE APRENDIZAJE

Este tipo tiene como objetivo transmitir datos o información exacta, para la exposición en muchos casos se brindan datos estadísticos o provenientes de la realidad. Es de suma importancia que el expositor deje de lado sus opiniones personales para no generar desconfianza.

Discurso publicitario

Este tipo es muy aplicado por el marketing, posee como intención principal la de vender un producto o servicio. Es por eso que el expositor intentará mediante el uso del lenguaje de convencer a sus oyentes de que el producto es único en el mercado, es sumamente necesario y tiene muchas ventajas. Lo malo de esto es que se ocultan las desventajas de su adquisición.

TIPOS DE PÁRRAFOS

El párrafo es la unidad de un discurso escrito conformado por varias oraciones que expresan una idea y terminan con un punto y aparte. Las oraciones que conforman un párrafo suelen compartir la misma temática y una de ellas es la que expresa la principal idea.

Existen distintos tipos de párrafos, algunos de ellos son:

Argumentativo: contiene una idea con la que se busca convencer al receptor sobre algo que se niega o afirma.

Conceptual: en estos párrafos se especifica el pensamiento de algún autor o la definición de un término, que será utilizado a lo largo de todo el texto, por lo que resulta imprescindible su comprensión. Estos párrafos, están presentes en textos científicos y técnicos.

Cronológico: en esta clase de párrafo se expresa, en el orden en que sucedieron, una serie de acontecimientos.

De enumeración: este párrafo está compuesto por una serie de características que aluden a un mismo hecho, objeto o sujeto y una frase organizadora que permite comprender qué es lo que se está ordenando.



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO JAPÓN GUIA DE APRENDIZAJE

Descriptivo: en este párrafo se describe, siguiendo un criterio lógico, un objeto, persona o acontecimiento.

Explicativo: estos párrafos son útiles para ampliar o especificar la temática que está siendo tratada.

Expositivo: en estos párrafos se presenta de manera ordenada una determinada información.

Narrativo: en estos se presentan hechos o acciones ocurridas de manera ordenada.

Comparativo: en este párrafo se presentan similitudes y diferencias entre dos o más objetos, sucesos, o cualquier fenómeno.

Causa-efecto: como su nombre indica, se presentan un hecho y aquello que lo ha causado o bien las consecuencias que de este pueden devenir.

Deductivo: en este la idea principal se coloca al principio que, para construirla se parte de una generalización para luego presentar casos específicos.

Inductivo: en oposición al anterior, en estos párrafos la idea principal se coloca al final. En estos se parte de casos específicos para llegar a una generalización que concluye lo que se afirmó.

De conclusión: estos párrafos expresan el cierre de un apartado o un determinado tema.

De cierre: en estos párrafos se redondea la idea general del texto y un resumen de este. Estos pueden incluir motivaciones para que el receptor se una a las ideas planteadas, conclusiones del texto o sugerencias.

TIPOS DE TEXTOS

Por su forma o género:



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO JAPÓN GUIA DE APRENDIZAJE

NARRATIVOS. Pueden ser literarios (cuento, novela, historieta, leyenda, etc.) o académicos (Crónicas, hechos históricos, biografías, etc.).

Explicación:

Se denomina texto narrativo al relato de hechos en los que intervienen personajes y que se desarrollan en el espacio y en el tiempo. Los hechos son contados por un narrador.

Responden a la pregunta ¿qué pasó? Y ¿Cómo terminó?

Presentan en su estructura la exposición o inicio, nudo y desenlace. Sus elementos son: Personajes, ambiente, tiempo y narrador.

En su interior pueden encontrarse otros tipos de texto, fundamentalmente los descriptivos.

Recursos gramaticales:

Utiliza verbos de acción.

Conectores espaciales y temporales, de orden y secuencia.

Tipos de Narrador

El texto narrativo puede presentar varias modalidades básicas de narrador:

1.- Narrador protagonista: En este caso narrador y personaje están fundidos. El narrador protagonista también puede ser un personaje de la historia. Puede hablar en primera persona singular o –en los casos en que dos personajes comparten una misma visión- en primera persona plural.

2.- Narrador omnisciente: Generalmente se vale de la tercera persona. Emplea la segunda cuando actúa a modo de conciencia que lo coloca ante sus hechos. El narrador omnisciente lo sabe todo, a veces también conoce los pensamientos y motivaciones de los personajes.

3.- Narrador testigo: Puede usar la primera o la tercera persona. No sabe nada acerca de los personajes; tan solo observa sus movimientos y los cuenta.

Elementos de la Narración

En toda narración se distinguen:



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO JAPÓN GUIA DE APRENDIZAJE

Personajes. Tiempo. Espacio. Acción

a.-Personajes Son quienes realizan las acciones. Se puede distinguir entre personajes principales y secundarios. Los personajes principales son los protagonistas y el resto son los secundarios. Al analizar una obra literaria es importante no solo identificar al protagonista y a los demás personajes sino también caracterizarlos. Los alumnos tienen que reflexionar sobre cómo son los personajes, que refleja cada uno, qué importancia tienen en el cuento. Con sus intervenciones y actuaciones dentro de la narración, los personajes revelan una norma de conducta, un comportamiento a seguir.

b.- Espacio: Es el lugar donde se desarrolla la acción.

c.- Tiempo: En la narración se hace referencia a la duración de la acción.

d.- Acción: Formada por la serie de acontecimientos simultáneos o sucesivos, reales o imaginarios, entrelazados en la trama del argumento. Hay hechos más importantes que son los Núcleos y que corresponden a los momentos más relevantes del relato: inicio, momento culminante o nudo y un hecho final que contiene el desenlace de lo sucedido.

Las otras acciones se denominan secundarias o menores.

DESCRIPTIVOS. Pueden ser literarios (de personas, sentimientos, sensaciones, etc.) o académicos (de objetos, funciones, finalidad, etc.)

Explicación:

Es la representación detallada de la imagen de los objetos, paisajes, situaciones, personas, animales, etc.

Responde a la pregunta ¿cómo es?

Su estructura puede ser: de contenido formal, de lo general a lo particular, de lo próximo a lo alejado en el tiempo y en el espacio o viceversa.

Puede presentarse de las siguientes formas:

- Prosopografía: sobre el aspecto físico de alguien.
- Etopografía: Sobre el aspecto psicológico de la persona.



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO JAPÓN GUIA DE APRENDIZAJE

- Retrato: sobre el aspecto psicológico y físico.
- Caricatura: Exageración de características.
- Paralelo: descripción comparativa.
- Paisaje: De un lugar predominantemente natural.
- Panorama: De un lugar con aspectos culturales.

Recursos gramaticales:

Predominan los adjetivos, fundamentalmente calificativos.

Comparaciones.

Metáforas e imágenes retóricas.

Conectores espaciales.

EXPOSITIVOS. (Noticias, informes, reseñas, enciclopedias, artículos de divulgación científica, libros de texto, etc.)

Explicación:

La función primordial de los textos expositivos es la de transmitir información pero no se limita simplemente a proporcionar datos sino que además agrega explicaciones, describe con ejemplos y analogías.

Los textos expositivos están presentes en:

Todas las ciencias, tanto en las físico-matemáticas y las biológicas como en las sociales, ya que el objetivo central de la ciencia es proporcionar explicaciones a los fenómenos característicos de cada uno de sus dominios.

En las asignaturas del área físico-matemática la forma característica que adopta la explicación es la demostración.

Los textos expositivos pueden ser:

DIVULGATIVOS, es decir, textos que informan sobre un tema de interés. Van dirigidos a un amplio sector de público, pues no exigen conocimientos previos sobre el tema de la exposición (apuntes, libros de texto, enciclopedias, exámenes, conferencias, coleccionables...). A este grupo pertenecerían los periodísticos y los escolares.

ESPECIALIZADOS, es decir, textos que tienen un grado de dificultad alto, pues exigen conocimientos previos amplios sobre el tema en cuestión (informes, leyes, artículos de



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO JAPÓN GUIA DE APRENDIZAJE

investigación científica...). A este grupo pertenecerían los históricos.

Responde a la pregunta ¿Por qué es así?

Puede presentar: introducción, desarrollo y conclusión.

Recursos gramaticales:

Tendencia al ENFOQUE OBJETIVO (evita los adjetivos innecesarios, predominan los especificativos)

Tendencia a la CLARIDAD (construcciones sintácticas tanto coordinadas como subordinadas puestas al servicio de la transmisión de información).

Empleo de un léxico claro, preciso, fundamentalmente denotativo. Se evita la ambigüedad y la polisemia en aras de la MONOSEMIA (una palabra= un signo) Utilización de un vocabulario específico (tecnicismos, cultismos).

Conectores de secuencia, consecuencia, adición, ejemplificación.

Funciones de un texto expositivo

a.- es informativo, porque presenta datos o información sobre hechos, fechas, personajes, teorías, etc.;

b.- es explicativo, porque la información que brinda incorpora especificaciones o explicaciones significativas sobre los datos que aporta;

c.- es directivo, porque funciona como guía de la lectura, presentando claves explícitas (introducciones, títulos, subtítulos, resúmenes) a lo largo del texto. Estas claves permiten diferenciar las ideas o conceptos fundamentales de los que no lo son.

¿Cómo se organiza la información?

La información en este tipo de textos no se presenta siempre del mismo modo sino que observaremos distintas formas de organización discursiva, a saber:

- 1) Descripción: consiste en la agrupación de ideas por mera asociación,
- 2) Seriación: presenta componentes organizativos referidos a un determinado orden o gradación
- 3) Causalidad: expone las razones o fundamentos por los cuales se produce la sucesión de ideas
- 4) Problema – solución: presenta primero una incógnita, luego datos pertinentes y finalmente brinda posibles soluciones
- 5) Comparación u oposición: presenta semejanzas o diferencias entre elementos diversos, por ejemplo:



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO JAPÓN GUIA DE APRENDIZAJE

En todo texto expositivo es fundamental la presencia de los conectores lógicos. Este tipo de conectores indican la organización estructura del texto. ¿Cuáles son los más frecuentes?

Para la seriación además, después, también, asimismo, por añadidura, primero, el que sigue, etc.

Para la causalidad entonces, por lo tanto, por eso, por consiguiente, así que, porque, con el fin de, etc.

Para estructura problema/ solución del mismo modo, similarmente, semejante a, etc. Pero, a pesar de, sin embargo, al contrario, por otra parte, si bien, etc.

Algunas pautas didácticas

El objetivo de la lectura de un texto expositivo es ampliar los conocimientos que se tienen sobre un tema, por lo que la lectura debe ser lenta y reflexiva. Recomendamos volver sobre cada párrafo, interrogarse sobre lo que se lee y establecer relaciones con los conocimientos previos que poseamos.

Buenas costumbres para escribir textos expositivos:

1. leer con detenimiento cada párrafo
2. reconocer las ideas principales de cada párrafo (se pueden señalar en el texto y realizar acotaciones marginales que sinteticen la idea de ese párrafo)
3. conectar las ideas entre sí permitiendo de este modo
6 la progresión temática
4. organizar jerárquicamente las ideas
5. reconocer la trama que conecta las ideas principales entre sí
6. identificar el tema del texto

Desarrollaremos estrategias de comprensión lectora diversas de acuerdo al tipo de texto que abordamos.

En el caso del texto expositivo podemos reorganizar la información por medio de cuadros sinópticos, mapas conceptuales líneas de tiempo, de acuerdo a la trama que tenga el texto expositivo.

Los textos expositivos de trama narrativa suelen desarrollar procesos históricos o procesos naturales. Para estos textos es apropiado desarrollar una línea de tiempo o un esquema que grafique una secuencia de pasos.

Los textos expositivos con trama descriptiva son aquellos textos clasificatorios, que organizan la información en clases y subclases. Este tipo de trama es muy común en la escuela.



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO JAPÓN GUIA DE APRENDIZAJE

ARGUMENTATIVOS. (Discursos, ensayos, editoriales, artículos de opinión, etc.).

Explicación:

Es la presentación de razones válidas para defender o refutar una opinión o idea.

Responde a la pregunta ¿Qué pienso?

Su objetivo es persuadir o convencer al receptor.

En su estructura presenta: una tesis, la argumentación de la misma y las conclusiones.

Recursos gramaticales:

Frases afirmativas.

Conectores de contraste, evidencia, causalidad.

INSTRUCTIVOS. (manuales, recetas, cartillas, guías, etc.).

Explicación:

Es la referencia a pasos, instrucciones, pautas, indicaciones a seguir.

Responde a la pregunta ¿Qué pasos hay que seguir?

Presenta secuencia ordenada e información precisa y detallada.

Uso de la segunda persona (“antes de conectar la tostadora asegúrese...”)

Uso de expresiones exhortativas e imperativas (“no utilice...”)

Uso de cardinales y ordinales (“vierta dos tazas...”).

Recursos gramaticales:

Uso de adjetivos numerales y cardinales.

Uso de verbos imperativos en segunda persona.

Conectores de orden.

CLASIFICACIÓN DE TEXTOS POR SU CONTENIDO (TEMÁTICA).

INFORMATIVO (PERIODÍSTICO): Su finalidad es mantener informada a la colectividad de los acontecimientos cotidianos y relevantes. Incluye periódicos, revistas, avisos, señales y en general todo el material que contiene comunicación instrumental, como los documentos oficiales: los recibos, las cuentas de gastos, etc.

TEXTO CIENTÍFICO (TÉCNICO). Es aquel cuyo contenido se refiere a la narración, explicación o exposición de una investigación o sus resultados y, concretamente, a un hecho



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO JAPÓN GUIA DE APRENDIZAJE

científico, sea éste teórico, metodológico, de aplicación, etc.

TEXTO FILOSÓFICO (PENSAMIENTO Y SABIDURÍA). Es el texto cuyo contenido está referido a una expresión del campo de la filosofía, a su vez, toma las denominaciones pertinentes.

CRÍTICA LITERARIA. Es el texto que tiene su soporte en otro de creación literaria, mediante una apreciación preferentemente objetiva en cuanto a los contenidos, pero también en cuanto a las formas, vale decir género, estilo, etc. Este tipo de texto tiene por comentario la observación, la crítica a una obra literaria o a su autor.

TEXTO HUMANÍSTICO. Su temática se refiere a la actividad humana en su variedad y amplitud; cabe decir, desde los aspectos cotidianos, sentimentales y artísticos hasta todas aquellas manifestaciones consideradas en la cultura general tales como hábitos, usos, costumbres, mitos, ritos, etc.

Ejemplo: “Para tener una idea de lo que es la paciencia basta con observar a un niño que aprende a caminar; se cae, se vuelve a caer, una y otra vez, sin embargo sigue ensayando, mejorando, hasta que un día camina sin caerse.”

PERSONALES. Son aquellos en los que se narran y describen cuestiones en las que el autor está personalmente interesado, participa directamente y desea verterlos por escrito: temas vinculados con actividades escolares que se llevan a cabo diariamente; lo cotidiano y lo trascendente de cada quien.

UNIDAD 2

DISCURSOS

El discurso es la expresión formal de un acto comunicativo, que se presenta bajo manifestaciones diversas (discurso oral, escrito, por ejemplo). Desde el punto de vista formal, el discurso suele constar de una serie de oraciones, pero desde el punto de vista del significado tiene una naturaleza dinámica; por ello, no es posible describirlo en términos de reglas (como el caso de la oración),



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO JAPÓN GUIA DE APRENDIZAJE

sino de regularidades. El discurso no es un producto, sino un proceso cuyo aspecto más destacado es su finalidad comunicativa.

Puede manifestarse de dos formas: individual o monólogo, o de modo interlocutivo o diálogo. Algunas manifestaciones del discurso individual pueden ser:

Alocución: (del latín allocutio, -onis = hablar en público) Discurso breve que ese caracteriza por cumplir una función introductoria en ciertos eventos como celebraciones, actos, inauguraciones, etc. Arenga: (probablemente es un término que viene del gótico = reunión del ejército) Discurso pronunciado en tono solemne con el propósito de enardecer el ánimo de los que escuchan.

Charla: (probablemente del italiano: ciarlare) Disertación distendida y sencilla con el fin de divulgar una experiencia particular, un punto de vista sobre un tema. Público general. •Homilía: (del griego Homilia= reunión). En la liturgia católica, es el comentario de tono cercano y sencillo que se hace en la misa sobre la lectura de la Biblia.

Mitín: (del inglés meeting = reunión) Este discurso se caracteriza porque el emisor expone ardientemente una idea o reivindicación social o política. Perorata: (Del latín perorare = hablar o hacer un discurso) Discurso o razonamiento inoportuno, cuyo resultado llega a ser fastidioso para el auditorio o receptor.

Sermón: (Del latín sermo, -onis = conversación, diálogo) es un discurso que se caracteriza por presentar una predicación de carácter religioso o moral. Suele tener una finalidad didáctica, promueve mandatos y normas de conducta para los receptores. Filípica: (de Filipo, rey de Macedonia, contra el que Demóstenes pronunció muchos discursos) Discurso violento contra alguien.

TIPOS DE DISCURSO

Una vez comprendido lo que es el discurso es importante dar la clasificación de los discursos es así que encontramos una amplia gama de clasificaciones que están en función del fin comunicativo,



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO JAPÓN GUIA DE APRENDIZAJE

así encontramos al discurso dividido en: Discurso Narrativo. Discurso Expositivo. Discurso Argumentativo.

DISCURSO NARRATIVO. El discurso narrativo es la exposición de unos hechos relatables por medio de una trama y un argumento. Por supuesto, es el que se utiliza en la novela y el cuento, pero cada vez más personas recurren a sus bondades fuera de la literatura sino también en noticias chistes etc. En cuanto tal, la historia sólo puede tener un mérito: el conseguir que el público quiera saber qué ocurre después.

DISCURSO EXPOSITIVO. Es de carácter informativo, en él se presenta, describe y analiza un tema. Tiene a su favor el que el auditorio o el lector es conocedor del tema; su finalidad no es la de convencer, sino básicamente la de informar. En aras de una aprehensión conceptual sobre este discurso, veamos lo escrito por varios estudiosos sobre esta categoría en la tipología del discurso

DISCURSO ARGUMENTATIVO. El objetivo principal del discurso argumentativo es convencer, y a ello debe ir dirigida cada palabra que elijamos. Convencer no significa, avasallar ni ofender ni despreciar, sino acudir al entendimiento lógico del lector para que comprenda nuestras razones

El discurso argumentativo se estructura de la siguiente manera: _En primer lugar se expone la tesis (a modo de introducción) o las ideas que se pretenden demostrar. _Luego se pasa a la argumentación propiamente dicha, con las opiniones concretas razonadas convenientemente. _Finalmente se expresa la conclusión, que vuelve a la idea inicial, pero esta vez con el peso de la razón detrás.

Las estrategias discursivas más utilizadas en este tipo de discurso son la analogía, la asociación por contrario, la generalización, la ejemplificación y la experiencia personal y de autoridades.

ESTRUCTURA DEL DISCURSO

El discurso se estructura en tres partes: apertura, cuerpo conclusión. APERTURA Diles lo que vas a contar. CUERPO Cuéntaselo. CONCLUSIÓN Diles lo que les has contado.



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO JAPÓN GUIA DE APRENDIZAJE

Apertura. Una posible secuencia a seguir en esta fase puede ser: Presentación personal y/o de los asistentes. Captar la atención. Comentar los puntos principales a tratar y los objetivos. Explicar las reglas del juego y la metodología a seguir. Un buen comienzo es vital para cualquier presentación. El objetivo a perseguir es que la audiencia te preste atención, para ello estimula su interés procurando iniciar la relación con el público.

Cuerpo. Durante el desarrollo de la exposición es muy importante que la audiencia entienda exactamente lo que quieres comunicar, para ello el discurso debe ser fácil de seguir, con un orden claro y preciso. Ordena tus argumentos y apóyate en datos o ejemplos que ayuden al auditorio a comprender el mensaje de la exposición.

Conclusión: Así puedo concluir que existen muchos tipos de discursos, y aunque su fin en todos ellos sea comunicar, cada uno tiene una forma diferente de hacerlo y llamar la atención del lector o de la persona que está escuchando el discurso.

COMUNICACIÓN PERSUASIVA

La comunicación persuasiva es un proceso mediante el cual se transmiten información, ideas, actitudes o emociones por medio de signos enviados a través de un canal de comunicación, con la intención de persuadir.

La persuasión es un propósito consciente de formar, reforzar o cambiar actitudes, creencias, opiniones, percepciones o conductas de alguna persona o personas efectuado por otro individuo o grupo; esto es, consiste en influir sobre los demás para hacerlos pensar de un modo determinado, rechazar algo o adoptarlo, o inducirles a realizar una acción determinada.

Convencer es incitar a alguien con razones, argumentos o pruebas a hacer o decir algo. Convencer es la acción de persuadir a alguien a hacer o decir algo sin ejercer la violencia ni la coacción. La persuasión consiste en la utilización deliberada de la comunicación para cambiar, formar o reforzar las actitudes de las personas, entendiendo por actitudes, un resumen de lo que opinamos de las cosas, personas, grupos, acciones o ideas. Por ejemplo, si preferimos una marca a otra, si estamos a favor o en contra del aborto, qué opinamos de determinados partidos políticos, etc.



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO JAPÓN GUIA DE APRENDIZAJE

La persuasión se basa en dos pilares fundamentales: la credibilidad y la confianza. Ellos deben quedar reflejados en nuestros argumentos.

Para conseguirlo necesita:

- Cumplir lo que predica
- Predicar lo que cumple (antigüedad, experiencia, bagaje)
- Valorar la competencia
- Ser fuerte pero, con cercanía y sin arrogancia. (El tamaño sí que importa con respecto a las empresas)
- Alianzas nacionales e internacionales para ganar cuerpo
- Estudios y demostraciones (voces clínicas, científicas)
- Posesión de normas ISO, y similares.

CLAVES PARA LOGRAR PERSUADIR

El contraste; por ejemplo, comunicar algo diferente que genere conflicto en el receptor, para luego comunicarle lo que realmente se quiere comunicar, de modo que le resulte un alivio, y llegue más rápidamente a tener una actitud positiva hacia ello.

La reciprocidad; se busca de alguna manera generar una suerte de deuda con el receptor, es decir que experimente una obligación ética o moral para ganar luego sus favores.

La coherencia; se intenta que el receptor crea que es coherente al optar por determinado bien o servicio, actitud o comportamiento. Un ejemplo ilustrativo es, el “día de los enamorados” en el que se genera un consumo en apariencia coherente con las fechas y con los seres amados.

La adaptación, que reúne los elementos comunicacionales que llevan al receptor a considerar que el emisor es igual o muy parecido a él.

La empatía/belleza del emisor; como sabemos, la imagen dice más que las palabras.



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO JAPÓN GUIA DE APRENDIZAJE

La autoridad; es decir, el grado de calificación que tiene el emisor para comunicar su mensaje. Por ejemplo, la recomendación del uso de un dentífrico en boca de un dentista suena mucho más creíble

La escasez o exclusividad; en este caso, se quiere dar la sensación de que es el momento idóneo para realizar algo. (¡No deje escapar esta oportunidad!).

EL PROCESO DE PERSUASIÓN

La comunicación persuasiva tiene la intención consciente de cambiar la actitud de una persona o grupo por medio de un mensaje a una posición distinta u opuesta a la que tenía antes de exponerse a ese mensaje. Existen tres fases en el proceso de persuasión: discontinuación, conversión y disuasión.

En la primera fase, la discontinuación, se trata de reducir la hostilidad para hacerse escuchar, crear dudas o ambivalencias. En la segunda, se pretende convertir, mediante diversos mensajes, a los incrédulos que requieren de modificación o reversión, a los desinformados carentes de actitudes previas, a los apáticos motivando su interés. En la disuasión, se intenta reforzar e intensificar actitudes y conductas ya aceptadas, compromisos ya contraídos, a fin de prevenir en contra del llamado de otros mensajes persuasivos.

La respuesta a estos mensajes persuasivos puede ser de cuatro clases: iniciación, si la persona no había pensado previamente en el asunto; conversión, si el individuo abandona sus visiones previas y adopta la del comunicador; reforzamiento, si la gente ratifica lo que ya pensaba con nuevos argumentos, y activación, si provoca algún acto del receptor.

En las campañas la respuesta menos frecuente es la conversión, la más común es la iniciación, y enseguida el reforzamiento. Asimismo, las campañas motivan la activación para participar en los actos que organizan, para hacer donaciones de dinero y realizar trabajo voluntario y, desde luego, para acudir a votar. Por eso las campañas se diseñan, en primera instancia, para mantener a la gente que ya es fiel a la causa y para asegurar que vayan a las urnas.



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO JAPÓN GUIA DE APRENDIZAJE

La comunicación persuasiva pocas veces cambia las actitudes resistentes porque generalmente implican compromiso, a partir del cual se construyen barreras perceptuales en su defensa; pero si este compromiso es débil pueden romperse las barreras perceptuales para permitir la apertura hacia otros puntos de vista y lograr la aceptación de actitudes opuestas dentro del rango de opciones de conductas adecuadas, sin cambiar necesariamente las actitudes con las cuales se mantiene un bajo grado de compromiso. Por eso, el propósito de la persuasión de las campañas no es cambiar las actitudes, sino las percepciones de aquellos electores con bajo involucramiento en política.

La persuasión se facilita en determinadas condiciones: cuando el receptor considera el tema poco importante y tiene poco conocimiento e información para fundamentar sus decisiones, lo mismo que cuando carece de tiempo para pensar cuidadosamente y está saturado de información que es incapaz de procesar plenamente. En estas condiciones es probable que decida conforme a estímulos que despierten su imaginación, más que de acuerdo con hechos y datos racionales. Por eso, ante el creciente volumen de información y la multiplicación de opciones que a diario se les presenta, los individuos responden cada vez más con decisiones heurísticas.

Durante las campañas, los electores más abiertos a la persuasión son quienes probablemente están menos comprometidos e interesados en los resultados de las elecciones y, por lo tanto, retardan más su decisión electoral; son más pasivos para evitar la propaganda y tienen un nivel bajo de educación formal y de participación política; asimismo, son quienes utilizan los medios masivos más como fuente de diversión que de información, sobre todo de índole política. Por lo anterior, son los electores de más difícil acceso para los mensajes de campaña. De ahí la necesidad de la propaganda atractiva y, repetitivo, así como del uso de todos los canales y medios de comunicación posibles.

UNIDAD 3

PARÁFRASIS

En terrenos prácticos, la paráfrasis es la explicación o interpretación que cada lector hace de un texto, usando sus propias palabras.

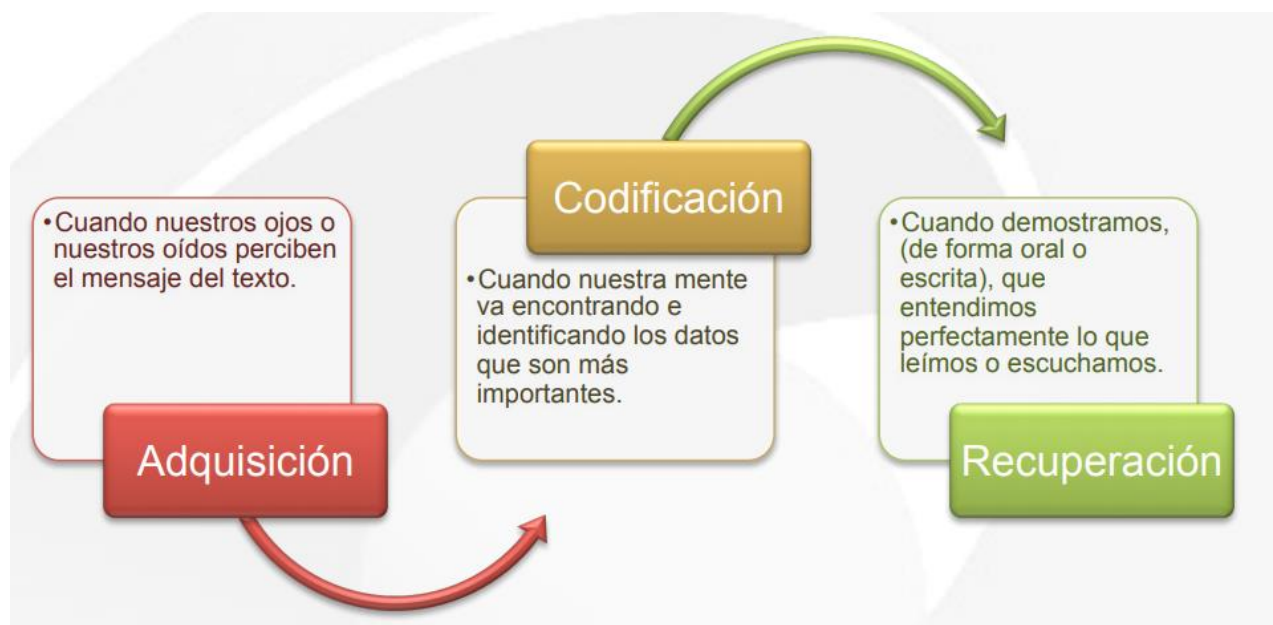


INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO JAPÓN GUIA DE APRENDIZAJE

La paráfrasis sirve para reafirmar lo que el lector captó de la información. La paráfrasis se puede definir como la interpretación personal, la aplicación personal o la búsqueda personal de datos paralelos del lector, a partir de la lectura de un texto.

El objetivo de la paráfrasis es que el texto que previamente se leyó, sea bien comprendido (codificado e interpretado) por parte del lector. Es común que quien elabora una paráfrasis se dé cuenta que lo que escribe resulta más extenso que lo que ha leído. Esto es bastante normal y no hay ningún problema, pues para ella no hay una extensión mínima. Sin embargo, debe resaltarse que la paráfrasis debe corresponder, al menos, con la mitad de lo que se leyó originalmente. Esto es, si el texto tiene una página la paráfrasis debe ser, mínimo, de media página.

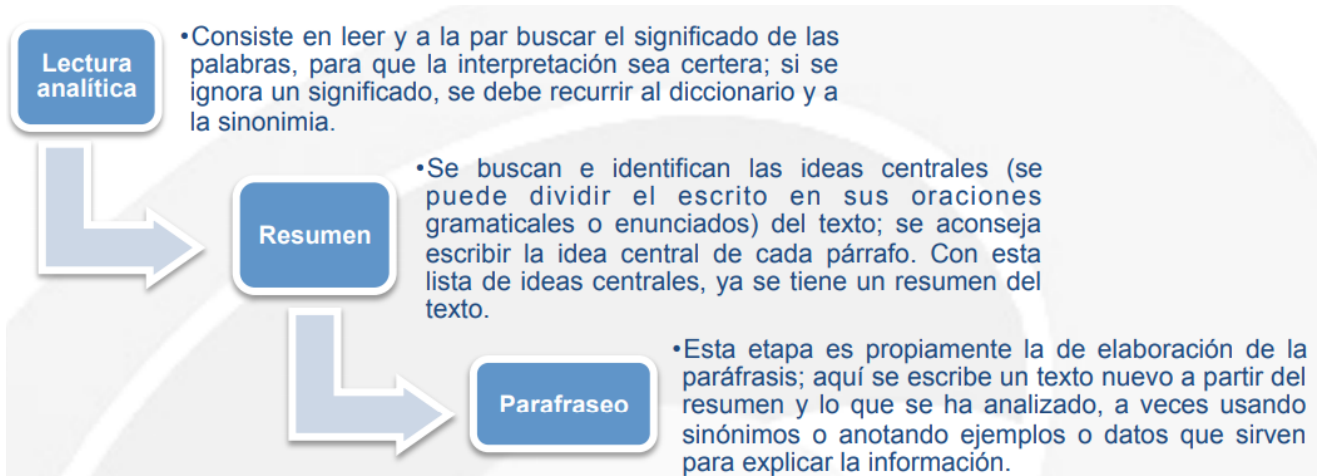
La paráfrasis es una estrategia de lectura significativa de textos. Es significativa porque pretende dar con determinada información y porque su fin es que el lector capte completa y reflexivamente lo que el escrito transmite. La paráfrasis es parte del proceso de lectura que consiste en tres etapas esenciales:



Aunque la lectura significativa es un proceso que conlleva dichos pasos de manera simultánea, es posible enumerar las acciones que han de realizarse para elaborar una paráfrasis.



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO JAPÓN GUIA DE APRENDIZAJE



Los anteriores son los pasos básicos para hacer una paráfrasis. Veamos ahora los tipos de paráfrasis que se pueden hacer:

Paráfrasis mecánica: en esta paráfrasis el lector sustituye las palabras que en el texto sean claves (ya sea por su reiteración o porque contienen ideas centrales) con sinónimos; así, se va reescribiendo un texto palabra por palabra, de ahí que se catalogue como ‘mecánica’.

Paráfrasis constructiva: Esta paráfrasis conserva la idea central del texto, pero hace uso de analogías (ejemplos), enumeraciones y hasta situaciones que sirven para ilustrar lo que el texto original manifiesta. Es la más recomendable para que el lector muestre su comprensión del texto y desarrolle su pensamiento crítico.

Así, tenemos que la paráfrasis es la reelaboración de un texto a partir de su lectura y la mejor paráfrasis es aquella que verdaderamente refleja el desarrollo intelectual del lector.

PARÁFRASIS ESTRATEGIAS DE DOCUMENTOS ACADÉMICOS.

Concepto y clasificación de paráfrasis

El uso de las paráfrasis es habitual en las personas cuando utilizamos, de forma ordinaria, el idioma, realizándolo habitualmente de forma inconsciente. Casi todas las personas son capaces de identificar una paráfrasis en su entorno habitual. Sin embargo, no resulta tan sencillo definir y



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO JAPÓN GUIA DE APRENDIZAJE

conceptuar el proceso de parafraseado formalmente. A su vez, la búsqueda de aplicaciones se entronca dentro de las teorías del aprendizaje significativo, en donde se busca la funcionalidad de la información, integrándose en los conocimientos previos.

El diccionario de la Real Academia Española define la paráfrasis, según tres acepciones (Real Academia Española, 2001): (a) explicación o interpretación amplificativa de un texto para ilustrarlo o hacerlo más claro o inteligible; (b) traducción en verso en la cual se imita el original, sin verterlo con escrupulosa exactitud; y (c) frase que, imitando en su estructura otra conocida, se formula con palabras diferentes. De todos modos, existen diferentes posturas sobre la paráfrasis, desde aquellos que niegan prácticamente su existencia, hasta aquellos que defienden que se pueden formular múltiples paráfrasis manteniendo el mismo significado.

Pero esas divergencias también afectan a su clasificación. La más aceptada es la distinción entre paráfrasis lingüística, aquellas con son inherentes al sistema de la propia lengua; y las paráfrasis referencias o pragmáticas, que dependen de la utilización que hacen las personas de la propia lengua. Las paráfrasis lingüísticas, a su vez, se clasifican en paráfrasis sintácticas son resultantes de la combinación de las mismas palabras, produciendo un cambio en la estructura superficial pero manteniendo la misma estructura profunda; y las paráfrasis léxicas o sinonímicas se producen mediante la sustitución de palabras por sinónimos.

La paráfrasis y la búsqueda de aplicaciones como estrategias de aprendizaje.

La paráfrasis y la búsqueda de aplicaciones se relacionan con los procesos de alto nivel de la composición escrita que evita el aprendizaje repetitivo, siempre y cuando el profesor lo tenga en cuenta en sus procedimientos de evaluación, al igual que otras recomendaciones como

- (a) evitar preguntas o tareas que permitan respuestas reproductivas;
- (b) plantear la evaluación en situaciones o tareas nuevas;
- (c) evaluar los conocimientos previos;
- (d) entrenándoles en parafrasear;
- (e) valorar las interpretaciones y conceptualizaciones de los alumnos; y
- (f) utilizar técnicas indirectas que hagan inútil la repetición literal.



La investigación sobre la paráfrasis y la búsqueda de aplicaciones

Ha seguido tres orientaciones muy diferentes y con aplicaciones en muy distintos ámbitos profesionales:

- (a) la identificación de la paráfrasis para la eliminación de información redundante en textos literarios y periodísticos
- (b) la paráfrasis como índice del procesamiento interno en trastornos mentales; y
- (c) la paráfrasis relacionada con el procesamiento profundo de la información. La investigación de la paráfrasis en el ámbito educativo se ha centrado en su estudio como medio para evaluar la comprensión como herramienta didáctica utilizada por el profesor o el alumnado; y en entrenamiento y uso como estrategia de elaboración.

De todos modos, la incorporación de su entrenamiento no es fácil, ya que es una estrategia que se percibe inicialmente de gran dificultad

- (a) se pueden aplicar este tipo de estrategias prácticamente en cualquier contenido;
- (b) el entrenamiento es eficaz incluso en clases con un número elevado de alumnos;
- (c) tiene utilidad como método de evaluación, ya que muestra objetivamente las diferencias entre los alumnos;
- (d) los estudiantes no se sienten cómodos cuando se les introduce estas actividades;
- (e) los estudiantes pueden necesitar entrenamiento previo; y
- (f) es imprescindible que proporcionar una retroalimentación adecuada para garantizar el éxito en esas actividades.

UNIDAD 4

RECURSOS TÉCNICOS PARA HABLAR EN PÚBLICO

Hablar en público es una habilidad que aparece innata en algunos oradores, mientras que en otros es fruto del conocimiento, estudio y práctica continua de una serie de técnicas que exponemos a continuación. Aunque algunas de las cualidades de la oratoria aparecen con la persona, existen otras que cualquiera puede adquirir con el conocimiento y el entrenamiento necesario. Y los oradores natos sólo conseguirán extraer su potencial expresivo cuando las conozcan y dominen.



Contactar con la audiencia

Cuanto más datos tengamos sobre la audiencia, más fácil será salvar los obstáculos que esta puede plantear y pronunciar, en consecuencia, una charla eficaz.

No obstante, es necesario interpretar el lenguaje corporal de la audiencia y reaccionar en consecuencia. Si la expresión de la cara dice mucho sobre lo que una persona siente, también es importante la postura corporal que adoptan los oyentes. Una persona inclinada hacia adelante manifiesta mayor interés que alguien que esté echado hacia atrás. Si observamos a alguien que parece aburrido o desinteresado, podemos dirigirle una pregunta directa que le permita expresar su pensamiento. Pero si no contesta, no le demos más importancia y continuemos con la charla, pues la razón de ese aparente desinterés puede estar motivada por causas totalmente ajenas a nuestra intervención.

Debemos dirigirnos a la audiencia que está ante nosotros, mirándoles a la cara y observando continuamente sus gestos, facciones y observando su lenguaje corporal.

Si observamos que la audiencia se relaja, se muestra poco interesada y si, en definitiva, parece aburrida, debemos emplear algunos recursos que relancen y faciliten nuestra comunicación con ellos. En primer lugar, cambiando de posición, saliendo de detrás del atril, poniéndonos de pie, acercándonos a la audiencia, etc. También podemos recurrir a:

- Utilizar ayudas visuales y no sólo para despertar el interés de la audiencia, sino como complemento de la intervención.
- Hacer algo inesperado o introducir un toque de humor. Sin embargo, hemos de tener cuidado, pues la risa es contagiosa y una anécdota que puede mover a la sonrisa en un contacto personal, puede convertirse en una carcajada ante una audiencia numerosa, ante la que luego será más difícil decir cosas más serias o importantes.
- Pedir a la audiencia que participe. Con preguntas retóricas que deben contestarse los oyentes mismos, con preguntas que contestan uno o dos voluntarios o preguntas concretas a algún oyente, nombrándole personalmente.
- Pedir a la audiencia que haga algo concreto: calcular, comentar con el de al lado, pedir un voluntario para algo concreto, etc.
- En algún caso, podemos citar a alguna persona poniendo su nombre al principio de la frase



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO JAPÓN GUIA DE APRENDIZAJE

para prevenirle que estamos hablando con ella y que tiene libertad para aceptar la invitación. No debemos sorprendernos en el caso de que no nos conteste. En ese caso, continuaremos con nuestra charla.

No está demás incluir en la charla, si el auditorio no es muy grande, preguntas sobre la comprensión del contenido. Si éstas se producen, contestaremos brevemente y sin hacer mención a ningún punto que no hayamos tratado hasta ese momento. Si se producen preguntas espont de los oyentes, hemos de contestar sin vacilaciones, de forma escueta y procurando no alterar el contenido de la charla. Si vemos que el número de preguntas aumenta y derivan en un debate, lo mejor es transferir la situación hacia el debate final y continuar con la charla.

Uno de los objetivos que persigue una charla ante un auditorio es convencer o persuadir a los asistentes en una determinada dirección. Pero, si la audiencia está de acuerdo con nosotros no hay necesidad de convencerla. Por ello, es importante disponer favorablemente a la audiencia desde el primer momento. Nuestra presencia, nuestro semblante y las primeras palabras son decisivas en este intento. Si estamos ante un auditorio convencido, hemos de ser prudentes y no recrearnos en lo obvio o conocido. Un exceso de celo, de explicación superficial o una palabra mal dicha puede desanimar a los oyentes ya convencidos.

No debemos recrearnos en lo que le resulta obvio o es sobradamente conocido por todos los presentes. Pero también hay un tope en la cantidad de información nueva que podemos transmitir a la audiencia.

Una buena forma de comenzar un discurso es persuadir a la audiencia del motivo por el que deben escucharnos. Debemos demostrarle que la solución que ofrecemos podrá solventar el problema que tienen en ese momento. Muchas veces la persuasión se logra dejando que los oyentes se convenzan a sí mismos de aceptar nuestro punto de vista. En todo este proceso de persuasión debemos tener en cuenta que el efecto de nuestras palabras se puede ver disminuido por un deficiente lenguaje corporal. Si nuestras palabras dicen una cosa y los gestos la contraria, la audiencia pensará que les estamos engañando.



Lenguaje corporal

El aspecto de algunos oradores irradia animación y entusiasmo, mientras que el de otros manifiesta hastío e insipidez. Conviene causar una buena impresión inicial.

Antes de empezar el discurso, y por su simple presencia, la audiencia ya se habrá hecho una determinada impresión. El orador no tiene una segunda oportunidad para causar una primera buena impresión. Una amplia y sincera sonrisa indicará a la audiencia la alegría por estar presente y por tener delante tan selecta audiencia.

Nuestro traje deberá estar limpio y bien planchado. La chaqueta se podrá abrochar sin dificultad sobre nuestro estómago. A las mujeres no les favorece una ropa excesivamente llamativa y, menos aún, una falda demasiado corta o ajustada, el pelo sobre los ojos o la ostentación de pulseras, collares o joyas. Lo aconsejable, una vez más, es tener la mayor información posible sobre la audiencia, su forma de vestir, la costumbre que hayan ido imponiendo otros oradores, las características del acto y del lugar donde se celebra. En ningún caso se justifica un abandono en nuestra indumentaria y siempre es mejor pecar de elegante que de descuidado. La primera impresión que le causemos a la audiencia vendrá por nuestra indumentaria y esta impresión es decisiva para atraer la atención en los primeros minutos del discurso. Debemos cuidar nuestra presentación y cortejar a los asistentes. Un aspecto estudiado y cuidado nos ayudará en esta labor.

Cuando hablemos a audiencias numerosas, debemos emplear un lenguaje corporal más expresivo, ya que el oyente de la última fila sólo percibirá estos gestos si están debidamente ampliados. Si no prestamos atención a la audiencia, ésta no nos prestará atención a nosotros.

El contacto visual con la audiencia denota autoridad. Debemos mirar a la cara de las personas del grupo e, incluso, reparar en sus rasgos faciales. Cuando las audiencias son numerosas, un buen sistema para mirar es hacer una W o una M para recorrer las distintas partes de la sala. Debemos hacerlo con sosiego. Las miradas breves e inquietas no son una buena forma de efectuar el contacto visual. Stuart (1991) aconseja hacer prácticas intentando mirar a cada persona durante dos o tres segundos.



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO JAPÓN GUIA DE APRENDIZAJE

Las manos constituyen una fuente de expresión extraordinariamente importante, tanto como un recurso para el orador, al que ayudan a expresarse, como para la audiencia a quien llega un lenguaje corporal más rico que introduce variedad en el discurso y colabora en el tono general de éste, reforzando o debilitando las argumentaciones hechas con las palabras.

Limitaremos los gestos al máximo Debemos dar énfasis a las palabras sin menoscabar su significado, sin mover exageradamente el cuerpo y dominando al auditorio. Debemos adoptar una postura erguida, sin hundirnos en el asiento. Las gafas pueden servir para dar énfasis a un determinado punto: apartándolas de la cara, manteniéndolas suspendidas en la mano, inclinados hacia adelante y mirando al público cara a cara..., haremos un gesto expresivo, para volver a ponérmolas y proseguir el discurso.

Si esperamos un aplauso y se produce, debemos sonreír e inclinar la cabeza en señal de agradecimiento. Si no se produce, miremos al auditorio, aguardemos unos instantes y volvamos a nuestra posición de partida.

Vencer el nerviosismo

Lo que nos pone nerviosos ante la situación de hablar en público es el miedo de:

- Olvidar lo que queremos decir.
- Hablar sin sentido. - Aburrir.
- Que la audiencia se marche.
- Que nuestro superior crea que somos idiotas.
- Que lo crean los subordinados.
- Que lo crean los amigos, compañeros, etc.

Sin embargo, el nerviosismo es la fuerza que nos impulsa a ser un gran orador, sin la cual resultaríamos aburridos y sin atractivos. La tensión nerviosa es necesaria para cualquier persona que deba actuar. La secreción de adrenalina despierta y tonifica las funciones del cuerpo y de la mente. Una forma de hacer frente al nerviosismo consiste en quemar las naves. Es decir, desde el momento en que nuestro discurso ha sido aceptado, llegamos a la sala donde va a tener lugar el



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO JAPÓN GUIA DE APRENDIZAJE

acto y el presentador comienza a hablar para darnos paso, no existe la posibilidad de la vuelta atrás. El único camino que nos queda es culminar el discurso, lo mismo que las de Julio César frente a los acantilados de Dover, nuestras naves están ardiendo y no existe la posibilidad de retirada. Sin embargo, hemos de saber que una vez que hayamos comenzado a hablar, los nervios desaparecerán por sí mismos. Al oír nuestra voz, las cuerdas vocales se templan y la inquietud desaparece.

La voz como herramienta

La mente humana procesa 500 palabras por minuto mientras que sólo hablamos unas 150. Esto nos da idea de las dificultades que podemos encontrar al hablar si nos dejamos llevar por el ímpetu en una presentación en la que queremos decir muchas cosas, no dar la sensación de que desconocemos el tema y que ha sido un error el invitarnos. Las palabras deben salir con naturalidad y a un ritmo que nos permita contactar con la audiencia sin que suenen atropelladas y, desde luego, fruto de la reflexión serena que nos impida decir cosas de las que luego podamos arrepentirnos. Una rapidez excesiva denota nerviosismo en el orador y crea ansiedad en la audiencia, por el contrario, la lentitud o parsimonia resta viveza y causa sopor.

La expresión hablada debe combinar la fluidez con el sosiego, utilizando las pausas para dar énfasis a algunas frases, para mover a la reflexión o indicar un cambio de tema. Deberá dejar espacio entre las palabras y también entre las ideas. Pero las pausas sólo tienen sentido si son adecuadas al momento expresivo. Este silencio no debe confundirse con aquellas situaciones en las que el orador busca en su cerebro cuál va a ser la palabra siguiente que quiere pronunciar y llena el silencio de muletillas expresivas o sonidos como ehh, humm, mmm, etc.

La voz es la herramienta básica del orador. El secreto de una buena emisión consiste en utilizar de la mejor manera posible el aire que nos llega de los pulmones. Por ello, si nuestra voz suena débil, debemos procurar inhalar una mayor cantidad de aire para aumentar la potencia sonora y permitirnos llegar al final de la frase sin que decaiga en ningún momento su volumen. Pero, además de que nos oigan, nos deben entender. Por ello, no debemos hablar nunca con los dientes apretados. Hay que mover los labios, abriendo la boca con amplitud e imaginando que los labios no pueden tocarse excepto con las letras B, M, P y V. En cualquier frase debemos evitar, a toda costa, las letras perdidas y los sonidos que nos tragamos.



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO JAPÓN GUIA DE APRENDIZAJE

Debemos hablar a las personas, pero con una altura de voz dirigida a la situada en la última fila. Todos los oyentes nos deben seguir en nuestra intervención de principio a fin. Para evitar la monotonía, modificaremos el tono, la velocidad y el volumen de la voz.

Gramática y palabra

La palabra La palabra es la materia prima con la que se tejen los discursos. En todo momento, el auditorio nos va a pedir fluidez en la palabra y adecuación de esta a las características de la audiencia. Además, las palabras forman parte de las frases y éstas deben tener una construcción de acuerdo con las normas establecidas por la lengua y buscando la sencillez de las oraciones. Los puntos importantes, tras las correspondientes pausas deben expresarse en frases cortas, rotundas y en forma activa de los verbos.

Si no sabemos el significado exacto de una palabra debemos evitarla o consultar el diccionario. El mensaje no puede ser oído más de una vez, ser oído más de una vez, el usuario no tiene oportunidad de recapitular y volver a la línea o a la página anterior. Entre una palabra larga y una corta, elegiremos la última. Lo conciso es más efectivo. Procuremos que las frases sean cortas. En las largas se dificulta la comprensión y el público puede perder el hilo. El lenguaje utilizado debe ser sencillo, tanto por el vocabulario que emplea como por la estructura gramatical que presenta.

Siempre debe usarse la palabra exacta, que es aquella que el auditorio comprenderá mejor. Pero el auditorio no es una constante en todos los casos. Los vocablos de significado ambiguo inducen a la confusión, que puede verse favorecida en el caso de palabras de difícil articulación, una mala pronunciación o una defectuosa recepción por parte del oyente. Hay palabras que son muy fáciles de confundir entre sí y de significados totalmente opuestos.

Ingenio y humor

El hecho de reír con la audiencia crea una atmósfera de complicidad que hace que el discurso sea seguido con mayor atención. Por otro lado, un golpe de humor ayuda a asimilar el contenido, que se recordará mejor, y a distender un momento aburrido. Sin embargo, tiene su riesgo. Se espera una reacción positiva de la audiencia que si no se da puede desanimar al orador. Hay que tener



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO JAPÓN GUIA DE APRENDIZAJE

mucho cuidado con los chistes. Alguno puede molestar a la audiencia y, contados a destiempo o fuera de contexto, pueden arruinar su efecto e, incluso, toda la presentación. Hemos de tener mucho cuidado con los personajes que incluimos, pueden resultar poco gratos a la audiencia.

Los chistes mejor preparados e hilvanados pueden pasar desapercibidos en cualquier momento. Cuanto más largo sea el discurso o más serio el problema tratado, más necesario será utilizar el humor o el ingenio para solazar al auditorio. El humor debe adaptarse al público y a la ocasión, especialmente el humor verde, grosero o vulgar. No hay excusas para lo obsceno. Procuremos evitar alusiones o bulos que puedan molestar a alguien del auditorio. Si acaso, podemos hacer chistes sobre nosotros mismos. La exageración puede, en ocasiones, ser un recurso válido para el humor.

Si vamos a dar muchas charlas, es aconsejable acumular material de libros, recortes de periódicos, anécdotas, etc. Cuando empleemos algún detalle humorístico, no lo anunciemos a la audiencia como algo muy divertido, pues pueden esperar algo más de lo que vamos a ofrecer. Tras el golpe de humor debemos hacer una pausa pero, seguidamente, reanudar el hilo de nuestra charla quitándole importancia a éste.

La autoadulación

Nuestra propia voz es una droga que debemos tomar con moderación. Hay que limitar el uso de la primera persona del singular y entrar continuamente en nuestros méritos, merecimientos y posesiones. Siempre que no se nos pida una opinión concreta y especializada recurriremos al plural mayestático o, simplemente, no personalizaremos en nosotros. Hablaremos en primera persona cuando se nos pida nuestra opinión o que expresemos nuestra impresión sobre algo concreto.

La autoadulación es ridícula. No está bien decir frases como la última vez que estuve con el primer ministro, presidente, rector, en mis viajes a América, mi estancia en Stanford. Etc. Crean una situación que da la impresión de que queremos darnos importancia o situarnos por encima de los demás. Si consideramos conveniente que la audiencia conozca nuestros méritos, logros, merecimientos, actitudes, etc. o simplemente, un currículum muy brillante se puede recurrir a alguien



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO JAPÓN GUIA DE APRENDIZAJE

que nos presente y haga de nosotros cuantos elogios le parezca o nosotros mismos le indiquemos. Luego, podemos contestar aquello de ... es mi amigo. O como dijo ya un orador Después de todos estos elogios, casi me siento deseoso de escuchar mi propio discurso

Hacer pausas

Las pausas ocultan el nerviosismo, sirven para pensar y ayudan a controlar el tiempo. Pero, sobre todo, transmiten ideas, sentimientos y razonamientos y cargan emotivamente el discurso.

Un buen recurso para interesar es hacer una pausa antes de decir algo importante. Se pueden hacer pausas:

- Al comienzo, hasta que el auditorio está en silencio.
- En medio de una frase para dar énfasis.
- Tras una pregunta retórica que no necesita respuesta.
- Después de una interrupción.
- Antes de decir las últimas palabras.
- Tras una afirmación contundente
- No tengamos miedo a las pausas, el silencio es oro.

No debemos confundir el silencio programado con las pausas o lapsus que se producen a lo largo del discurso y que son fruto de incidencias, como que al orador se le quede la mente en blanco o ante una interrupción de alguien ajeno. Cuando se produce una interrupción, hay que estar preparado. Si el orador se atiene demasiado al guión y no conoce bien el tema, le puede hacer perder los nervios. El orador debe demostrar suficiente confianza para controlar la situación. No debemos desahogar nuestros sentimientos en el público, rara vez da resultado, procuremos hacerlo en privado.

Administrar bien el tiempo

Era un hombre tan pesado haciendo discursos que en las caricaturas le presentaban delante de otra viñeta en la que aparecía un cadáver con un cartel que rezaba: muerto a discursos.



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO JAPÓN GUIA DE APRENDIZAJE

Los asistentes suelen quejarse de lo lentas que avanzan las manecillas de un reloj durante un discurso. En pocas ocasiones el público quiere volver a oír al orador, siempre le emplazan para otro día.

No pasarnos, en ningún caso, el tiempo que tenemos asignado. Si vemos que se acaba nuestro tiempo, debemos buscar un punto para concluir, pero sin acelerar el discurso ni pretender exponerlo a toda costa. La audiencia dejará de seguirnos.

No nos embelesemos en el discurso, olvidándonos del tiempo y de la paciencia de las personas que escuchan. Calculemos con antelación el tiempo que vamos a hablar, adaptémoslo a nuestro público concreto y mantengamos contacto con él durante toda la alocución. Si la audiencia es reducida, procuremos utilizar menos tiempo y dar opción al diálogo. Si debemos hablar treinta minutos, preparemos para veinte.

El resto puede servir para hacer preguntas o aclaraciones. Es mejor no completar el tiempo que pasarse. Si hay moderador, le pediremos que nos avise cinco minutos antes y a partir de ese momento comenzaremos a buscar las conclusiones. Si no es así, lo mejor es colocar nuestro reloj sobre la mesa en lugar visible.

Preguntas y respuestas

Las preguntas de los asistentes suponen un retorno de la comunicación y una garantía de que las palabras del orador han llegado a la audiencia y, sobre todo, nos permiten comprobar cómo han sido recibidas y hasta dónde han sido entendidas. En cualquier intervención debemos estar preparados para las posibles preguntas que nos puedan venir de la audiencia. Existen tres posibilidades para dejar intervenir a los oyentes:

Animarles a interrumpir al orador y concederles la palabra en el momento en que la soliciten. De esta forma la charla se puede transformar en un coloquio y las intervenciones son más directas y relacionadas con aspectos puntuales. Tiene el inconveniente de romper el flujo y la estructura de la charla, de que la respuesta forme parte de un punto posterior de la información o de que sea excesivamente personal la pregunta. Este tipo de intervenciones ponen a prueba la pericia del



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO JAPÓN GUIA DE APRENDIZAJE

orador, el conocimiento del tema y la solidez de la estructura del discurso en el momento de retomar el hilo y continuar con el contenido.

Hacer algunas pausas programadas a lo largo del discurso para romper la monotonía que supone escuchar continuamente la misma voz.

Dejar un tiempo al final tiempo al final para contestar cualquier tipo de preguntas. En este último caso, la audiencia suele aparecer bastante fría y será necesario provocarles Nunca hay excusa para excedernos en el tiempo Víctima de un discurso las preguntas con interrogatorios hacia la audiencia, provocaciones o mediante la presencia de alguien que rompa el hielo entre los asistentes y desencadene las siguientes preguntas.

Empleo de ayudas visuales

Son un gran complemento para explicar, de forma fácil, las ideas complejas. Según Stuart (1991) se deben utilizar para:

- Ayudar a retener información.
- Ganar tiempo de explicación.
- Evitar interpretaciones equívocas.
- Dar fuerza a las ideas.
- Incorporar frescura y humor.

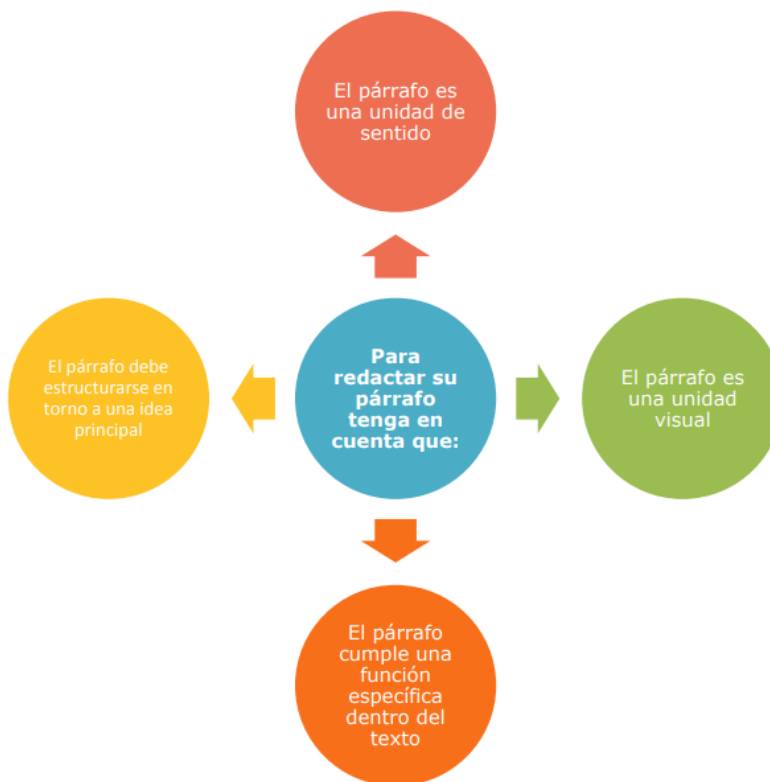
Pero no se deben introducir estas ayudas de forma inadecuada y sin un criterio definido. Todos hemos asistido a charlas regulares salvadas por unas buenas ayudas visuales y a charlas excelentes malogradas por una inadecuada utilización de éstas. Las ayudas visuales sólo tienen su justificación como medio de ayuda a la comunicación y nunca como artificio narrativo o como chuleta para el orador.



UNIDAD 5

RECURSOS TÉCNICOS LA ESTRUCTURA DE PÁRRAFOS

Cómo organizar la información en párrafos La tarea de escribir un texto efectivo puede ser muy desafiante. Quizás te haya sucedido que al recibir un trabajo corregido por alguno de tus profesores hayas tenido comentarios del tipo “no se entiende”, “falta organización en la información” o algunos similares. Organizar la información adecuadamente en un texto contribuye a alcanzar mejor los objetivos de este texto y, eventualmente, a obtener una mejor evaluación en tus tareas de escritura. Para lograrlo, debemos considerar no solo la estructura general del texto, sino también la manera en que cada una de sus “ladrillos” – sus párrafos – estén organizados de la forma más eficiente posible. En este recurso conocerás estrategias para abordar la escritura de tus textos a partir de su organización en párrafos.



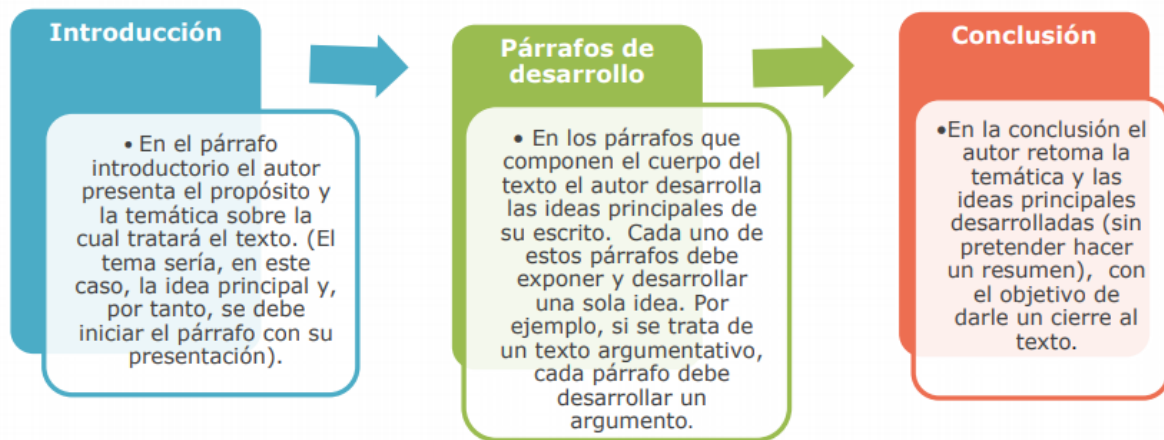
El párrafo es una unidad de sentido. Todas las ideas presentadas en el párrafo deben estar relacionadas de manera coherente (lógica). Es decir: todas las ideas deben desarrollar un único tema o idea principal.



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO JAPÓN GUIA DE APRENDIZAJE

El párrafo es una unidad visual. Un párrafo debe distinguirse a simple vista de las otras partes del texto (título, otros párrafos, bibliografía, etc.). Entonces: el párrafo debe empezar, con inicial mayúscula, en una línea nueva (se recomienda dejar espacio entre párrafos o aplicar sangría a la primera línea) y terminar con punto.

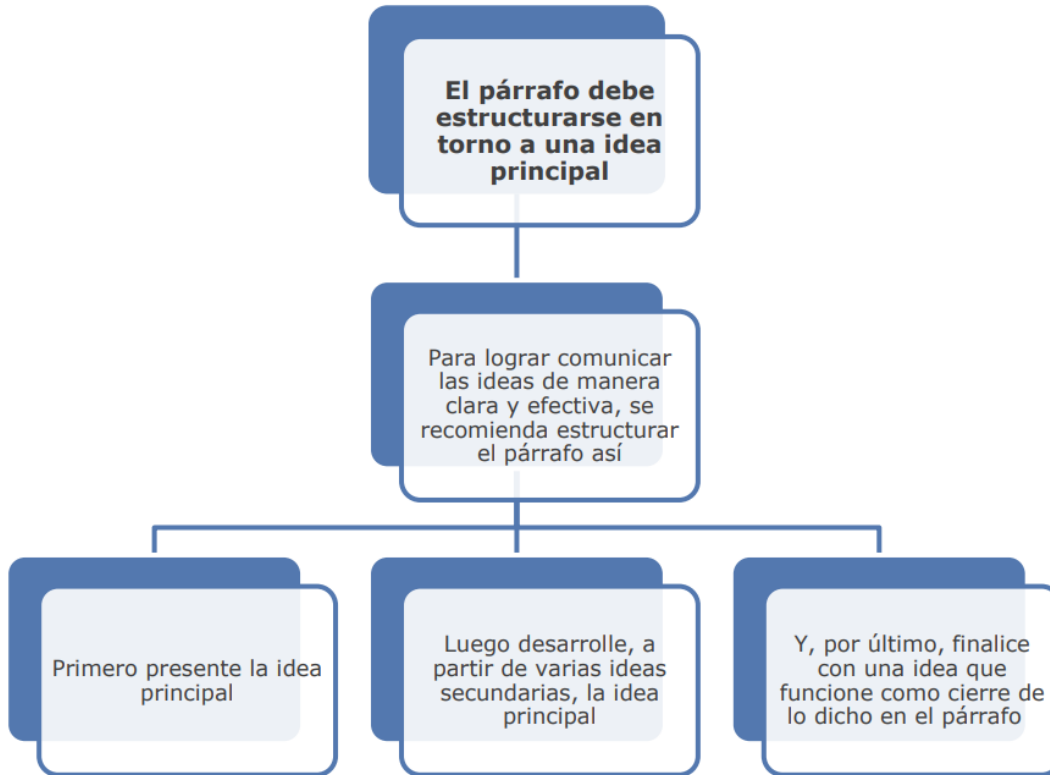
El párrafo cumple una función específica dentro del texto El párrafo sirve para estructurar u organizar el contenido del texto. Existen párrafos introductorios, de desarrollo y de conclusión.



Se puede hablar de otro tipo de párrafos según su función (párrafos de recapitulación, de contextualización, de ejemplificación); sin embargo, estos párrafos, por su ubicación, harán parte de la introducción, el desarrollo o la conclusión del texto.

Según su función, se puede hablar de los siguientes párrafos:

- Explicativos
- Comparativos
- Sintetizadores
- Ejemplificadores
- Descriptivos
- De contextualización
- Entre otros



Tenga en cuenta: la estructura presentada anteriormente no es la única forma de organizar el párrafo; por ejemplo, hay párrafos inductivos, en los que se presenta la idea principal al final. Sin embargo, presentar la idea principal al inicio le permitirá tener mayor claridad sobre el desarrollo y la estructura del párrafo.

Por último: cuando decida cómo presentará las ideas en su párrafo, recuerde que todas las partes del párrafo deben estar relacionadas de manera coherente. Para lograr esta relación, use los conectores lógicos y los signos de puntuación.

Antes de redactar un párrafo pregúntese:

¿Es este un párrafo introductorio, de desarrollo o de conclusión?

¿Cuál es el objetivo que busco alcanzar con este párrafo? (Ejemplificar, sintetizar, argumentar, introducir).

¿Cuál es la idea que quiero desarrollar?

¿En qué orden presentaré las ideas?



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO JAPÓN GUIA DE APRENDIZAJE

Responder estas preguntas le permitirá tener mayor claridad sobre lo que va a escribir.

Además, le ayudará a identificar con anterioridad cuál es el objetivo y la función del párrafo, lo cual es importante para escribir un texto de manera ordenada y coherente.

Después de responder estas preguntas empiece la planeación del párrafo. No redacte el párrafo inmediatamente después de saber cuál es la función que cumplirá en el texto o cuál es la idea a desarrollar. Un esquema previo del párrafo le ayudará a encontrar mayor claridad en sus ideas y le permitirá redactar un texto mejor estructurado.

ESTRUCTURA DEL ENSAYOS

QUÉ ES UN ENSAYO. Redactar consiste en poner por escrito un pensamiento, una opinión, etc., aunque no todo tipo de escrito (o también llamado redacción) es el apropiado dentro del mundo académico. Al escrito académico lo llamamos ensayo.

El ensayo es un tipo de prosa que brevemente analiza, interpreta o evalúa un tema. Se considera un género literario, al igual que la poesía, la ficción y el drama. El ensayo con el que se suelen encontrar los estudiantes es el ensayo que constituye una pregunta de tarea o examen y que se diferencia de otros tipos de redacción en que:

Utiliza un tono formal. Por ello deben evitarse el humor, el sarcasmo, el vocabulario coloquial y las observaciones tangenciales o irrelevantes. Hay que tener presente que existe más diferencia entre el lenguaje hablado (informal) y escrito (formal) en español que en inglés, por lo que a un angloparlante a menudo el estilo español le parecerá impersonal e incluso pretencioso.

Se escribe para un lector que, aunque inteligente, no necesariamente conoce a fondo la materia. De hecho, el propósito fundamental del ensayo de examen o tarea es demostrar los propios conocimientos sobre el curso de la manera más completa posible. Es importante responder exactamente a la pregunta.



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO JAPÓN GUIA DE APRENDIZAJE

Hay que tener en cuenta que un ensayo suele juzgarse de acuerdo con tres criterios:

1. Un contenido relevante y bien documentado.
2. Un argumento apropiado y bien organizado.
3. El uso correcto e idiomático del lenguaje.

ANTES DE EMPEZAR A ESCRIBIR. No piense que los escritores profesionales escriben cualquier texto de una sola vez. Antes de llegar al texto definitivo deben escribir varios borradores. Le ocurrirá lo mismo y no debe desanimarse por ello pues es parte del proceso.

Le recomiendo que, en los inicios del proceso, no se preocupe por lograr un vocabulario idóneo ni pierda el tiempo con el diccionario. Eso corresponde a una etapa posterior. Cuando no logre encontrar la palabra adecuada, escriba la que más se le aproxime y subráyela, o no se moleste por utilizar una palabra en español y déjela en su propio idioma. Los pasos en la elaboración de un ensayo son:

1. Hacer una lista de ideas. Una vez hecha, intente buscarle un orden lógico y ordenarla por categorías.
2. Hacer un esbozo. Ello le permitirá presentar todas las ideas así como los argumentos centrales de un modo visual.
3. Escribir el primer borrador, y luego todos los que sean necesarios

LA ORGANIZACIÓN DEL ENSAYO Un ensayo consta de 3 partes fundamentales: introducción, nudo o cuerpo, y conclusión. A continuación veremos cada una de esas partes en detalle.

Introducción

La introducción le indica al lector: el propósito del escritor, el acercamiento al tema y la organización que seguirá el ensayo. Vamos a ver cómo se logra algo tan aparentemente complejo.

El primer paso de la introducción consiste en generar ideas pero ¡cuidado!: se trata de generar ideas sobre una pregunta concreta y no sobre un tema muy amplio. Por lo tanto, habrá que limitar el tema



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO JAPÓN GUIA DE APRENDIZAJE

y enfocarlo, es decir, organizarlo de acuerdo con una cierta perspectiva y mediante una serie de preguntas que el escritor se hace a sí mismo.

Al enfocar el tema es posible elaborar la tesis: una frase que consiste en la respuesta a una pregunta de enfoque. Ahora bien, para llamar la atención del lector esa tesis puede hacer uso de las siguientes estrategias:

Sorpresa: cuando manifiesta el hecho más notable o imprevisto del ensayo.

Confirmación: cuando se basa en la información que el lector ya conoce a fin de que le sea más fácil aceptar el resto de la argumentación.

Contradicción: cuando empieza con una idea común y aceptada por una mayoría, para seguidamente demostrar que es errónea y corregirla.

Suspense: cuando se presentan los datos poco a poco dejando abierta la pregunta clave, tal vez planteándosela al lector

Nudo o cuerpo

En el nudo/cuerpo tiene lugar el desarrollo de los aspectos que se indicaron en la introducción. Por lo general, cada aspecto mencionado en la tesis ocupará un párrafo del ensayo. Ahora bien, la organización del nudo/cuerpo variará algo según se escoja una u otra estrategia de argumentación.

Es una sección muy importante del ensayo pues demuestra la capacidad de organización y argumentación del escritor. Así pues, son cruciales en esta sección, el uso adecuado de transiciones y el buen manejo de la lógica.

Existen diferentes estrategias de organización del nudo/cuerpo, con frecuencia, se utilizan varias de ellas en el mismo ensayo. El ensayo académico no suele hacer uso de la descripción ni de la narración sino de la exposición, es decir, incluye una declaración general (tesis) y la evidencia específica para apoyarla. Ahora bien, dependiendo del propósito, el escritor utilizará una u otra estrategia de argumentación:

El análisis. Consiste en la descripción de partes o componentes de una entidad. Es una técnica



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO JAPÓN GUIA DE APRENDIZAJE

propia del estudio de la literatura. Así pues, el análisis de una novela incluiría los personajes, el argumento, el punto de vista y demás elementos que componen la novela.

Comparación y contraste. Sirve para señalar semejanzas y diferencias entre dos o más conjuntos o entidades.

Definición. Aclaración de un término o concepto que el lector puede desconocer. Los diferentes modos de definir incluyen: la situación de un concepto dentro de una clase, la ilustración por medio de ejemplos, el uso de sinónimos y la etimología.

Clasificación. Se parece mucho al análisis pero en vez de preguntarse por las partes de que se compone la totalidad se pregunta por las diferentes clases de la entidad. Por ejemplo, la novela picaresca se podría estudiar como unas clases dentro de la novela en general en tanto que es un subgrupo o género.

La causa y el efecto. Examina un objeto o fenómeno y busca sus orígenes y consecuencias.

La conclusión

La conclusión es el último párrafo del ensayo y debe recoger (o recapitular) las ideas que se presentaron en la tesis, en la introducción. En la conclusión se invierte la fórmula de la introducción: se empieza con un breve resumen del ensayo y se termina con una frase bien pensada que llame la atención del lector sobre el punto clave del artículo. Esta última frase debe reflejar bien el enfoque del ensayo y a menudo servir para situar la idea central dentro de un contexto más amplio.

UNIDAD 6

SIGNOS DE PUNTUACIÓN

La coma se usa para

1. Separar los distintos elementos de una enumeración, salvo los dos últimos cuando entre ellos se encuentra las conjunciones y, ni, o.



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO JAPÓN GUIA DE APRENDIZAJE

Ej. Ella, tú y yo. Sus amigos, sus vecinos o sus hermanos. Si las conjunciones y, ni, o, están repetidas a lo largo de toda la numeración, se pone coma generalmente delante de ella. Ej. Sus amigos, o sus vecinos, o sus hermanos. Ni sus amigos, ni sus vecinos, ni sus hermanos.

2. Para separar entre sí distintas frases sucesivas que forman parte de un conjunto. **Ej.** Todos entraron, algunos se quedaron en la sala, los demás pasaron al comedor. Cuando el sujeto es el mismo para dos oraciones enlazadas por las conjunciones nombradas (ni, y, o) no se coloca coma.

3. Para destacar el vocativo del resto de la frase. **Ej.** Ven, Hijo mío. Hijo mío, ven. Ven, hijo mío, cuando puedas.

4. Para denotar la omisión del verbo. **Ej.** Tú, tranquilo (Tú quédate tranquilo). 23

5. Para separar dentro de la frase una aclaración incidental que corta, momentáneamente, el hilo de aquella. **Ej.** Luís, que cogió el correo como todos los días, le dio la vuelta a la tarjeta.

6. Para separar una expresión larga de circunstancia. **Ej.** Cuando llegaron al final del trayecto, ninguno se acordaba de nada.

El punto y coma se usa

1. Siempre que la pausa mayor no denote fin de la frase, sino de un miembro extenso de ella, cuyo sentido se reanuda después de la pausa. **Ej.** El descontento y las revueltas iban creciendo, y la autoridad del gobernador se hacía cada vez más débil; por lo que hubo que enviar refuerzos militares.

2. Cuando dos o más frases seguidas en construcción independiente, están estrechamente conectadas entre sí en cuanto al sentido. **Ej.** Son las siete; no creo ya que Felipe venga. Unos sabían demasiado; otros sabían demasiado poco.

Los dos puntos se usan



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO JAPÓN GUIA DE APRENDIZAJE

1. Después de las palabras que llaman al destinatario. **Ej.** Muy señor mío:
2. Después de la palabra que anuncia una enumeración e inmediatamente antes de ésta. **Ej.** Por dos razones me niego: primera, porque no puedo; segunda, porque no quiero.
3. Siguiendo, en un relato, a las palabras que en general significan “decir” y que se citan como textuales. **Ej.** Volviéndose a sus compañeros les preguntó: “¿es que tenéis miedo?”
4. Para cerrar una enumeración. **Ej.** Boleros, tangos y salsas: eso es lo que nos gusta.
5. Las citas textuales que reproducen literalmente palabras dichas por alguien. **Ej.** Cuando llega a casa, siempre pregunta: “¿me ha llamado alguien?”

Los puntos suspensivos

1. No se debe escribir un número indeterminado de puntos, ya que el punto suspensivo está formado por tres puntos y nada más.
2. Se usa para representar gráficamente los diferentes estados de ánimos del hablante, especialmente los producidos por dudas, miedo, para crear cierta tensión en lo dicho. **Ej.** Todos oían expectantes, cuando de pronto... se desmayó.
3. Se usa para omisiones silenciosas en el texto. **Ej.** Si tú supieras...
4. Para sustituir la palabra etcétera. **Ej.** En la fiesta había cualquier cantidad de gente extraña: pintores, escritores, locos...
5. Para indicar que antes o después de lo escrito, se está omitiendo palabras. En este caso, se debe encerrar el punto suspensivo en corchetes o paréntesis. **Ej.** (...) y después de eso, añadió (...)

Los signos de interrogación



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO JAPÓN GUIA DE APRENDIZAJE

1. Se usan los signos de interrogación al principio y al final de las oraciones interrogativas directas.
Ej. ¿Quién es él?
2. No se coloca el punto después de una oración interrogativa, pero si se coloca coma y punto y coma, si es necesario. **Ej.** Con una mirada angustiada exclamó: ¿quién está ahí? La respuesta fue un silencio total. Después de un largo rato, alguien añadió: ¿será un fantasma?, ¿o será alguien que nos quiere asustar?
3. Se usan estos signos con los pronombres y adverbios interrogativos que tienen valor de oraciones.
Ej. ¿Quién?; ¿Cómo?; ¿Cuándo?; ¿Dónde?; ¿Cuál?
4. Para expresar sorpresa, ironía, suposición, certeza de un error en un texto, puede usarse el signo de interrogación entre paréntesis. **Ej.** Él dijo que el único que sabía la verdad era su mamá (?).

Los signos de admiración

1. Igual que con los signos de interrogación, en español se usan dos: de apertura y de cierre.
2. Se usan en las interjecciones. **Ej.** ¡Ah!
3. En las frases que tengan significado de interjección. **Ej.** ¡Qué malo!
4. Tampoco se debe colocar punto después de un signo de admiración, pero si se coloca coma o punto y coma, si es necesario. **Ej.** Asustada como nunca dijo: ¡auxilio! Sin embargo, nadie le hizo caso. Un rato más tarde alguien exclamó: ¡parece cosa de locos!, ¡o de niños! Él dijo que el único que sabía la verdad era su mamá.
5. Aunque es muy poco frecuente encontrar oraciones que sean exclamativas e interrogativas a la vez, la manera de puntuarlas es como sigue: se empieza con el signo de interrogación y se cierra con el de admiración, o a la inversa. **Ej.** ¿Te volviste loco! Pero, ¡qué haces?

El uso de las comillas



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO JAPÓN GUIA DE APRENDIZAJE

1. Se usa para indicar que las palabras que están entre ellas son literales. **Ej.** Y sin más preámbulo dijo: “te puedes ir por donde viniste”.
2. Para indicar un carácter de diferenciación. **Ej.** Podrías decir “gracias” aunque sea esta vez.
3. Para citar obras artísticas. **Ej.** El libro más vendido fue “El Código Da Vinci”.

El uso del guion

1. El guion es una raya horizontal (-) la cual es más corta que la raya y se usa tanto para separar como unir palabras.
2. Se usa para unir pares de palabras que aún el uso no ha fundido en una sola. **Ej.** Chino-coreano.
3. Para cortar un vocablo al final de línea. **Ej.** desespera-do.
4. Para separar fechas entre las cuales se produce un hecho o una sucesión de hechos. **Ej.** La promoción 2000-2002. El período julio - diciembre.
5. No debe usarse con la preposición latina ex. **Ej.** ex marido, ex secretaria.

Uso de la raya

1. Se usa para intercalar pequeñas aclaraciones o comentarios. **Ej.** La gritó y —como estaba desquiciado— se excedió.
2. En lugar de usar las rayas, también se puede usar los paréntesis y los corchetes. **Ej.** La gritó y (como estaba desquiciado) se excedió.
3. Para señalar la intervención de los hablantes de un diálogo. **Ej.** -¿Qué tal?

Uso de los paréntesis



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO JAPÓN
GUIA DE APRENDIZAJE

1. Se usa para comentarios. Ej. A esas alturas (obviamente) se sabía que era un ladrón.
2. Para encerrar explicaciones que ayudan a la comprensión. Ej. Cuando mataban a las taritas (taritas llaman en Maracaibo a las mariposas) ella lloraba desconsoladamente.

Uso de los corchetes

1. Se usa para enmarcar una palabra o grupo de palabras que ya se encuentra entre paréntesis. Ej. El presidente saludó a su pueblo (seguidores y detractores [coterráneos]) y luego, les lanzó un verso.
2. Para añadir alguna palabra o letra que no aparece en su texto original. Ej. La noticia textualmente dice: “el país [Panamá] será el aceptado”.
3. Para encerrar puntos suspensivos que indiquen la ausencia de alguna parte del texto citado. Ej. Los profesores jubilados [...] manifestaron estar felices con el pago de los intereses sobre sus prestaciones sociales.
4. Para aclarar o mejorar la comprensión de un texto. Ej. Los niños [los de escasos recursos] han sido altamente beneficiados con el proyecto.

B. Base de Consulta

TÍTULO	AUTOR	EDICIÓN	AÑO	IDIOMA	EDITORIAL
LA PARÁFRASIS COMO ESTRATEGIA DE APRENDIZAJE	Martín J.; Román M.	2005	2005	Español	INFAD
CÓMO ESTRUCTURAR UN PÁRRAFO	Vásquez, f.	2007 2ª ED	2007	Español	KIMPRES.
LOS TIPOS DE TEXTOS EN ESPAÑOL: FORMAS,	Mendoza, N.	IESALC	2007	Español	Caracas



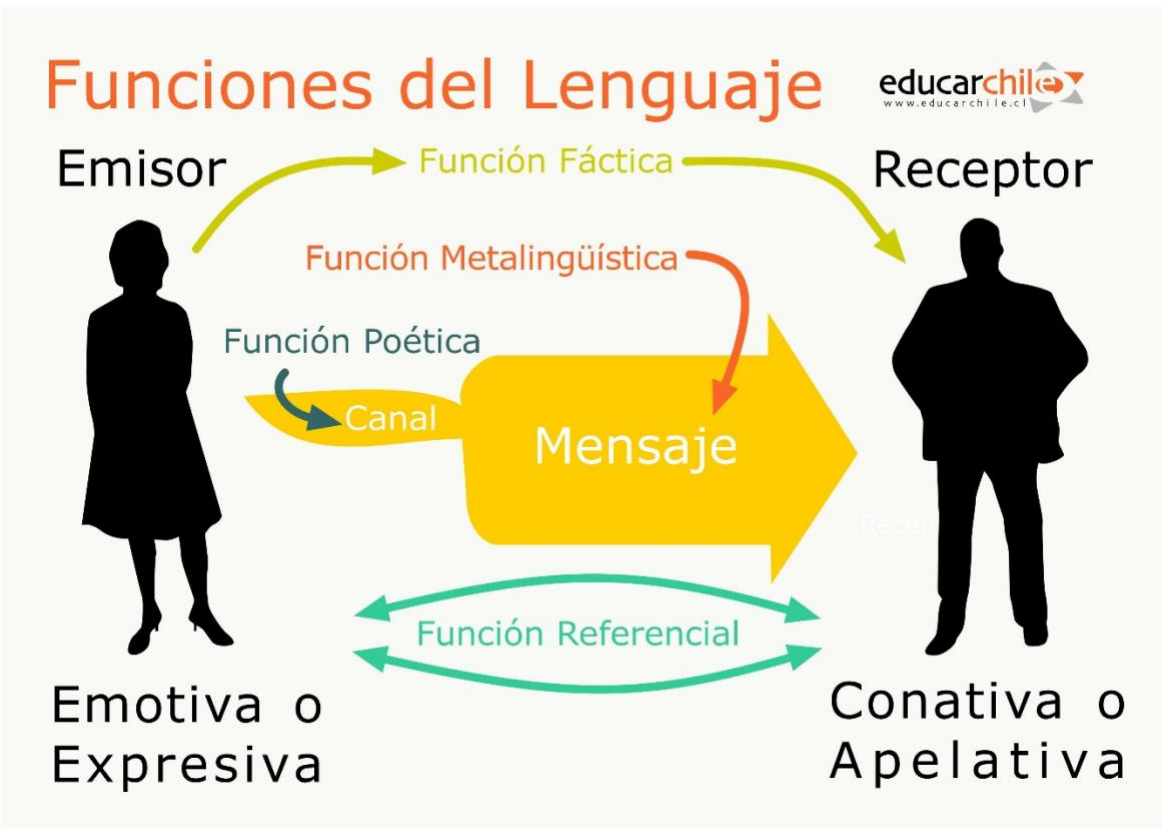
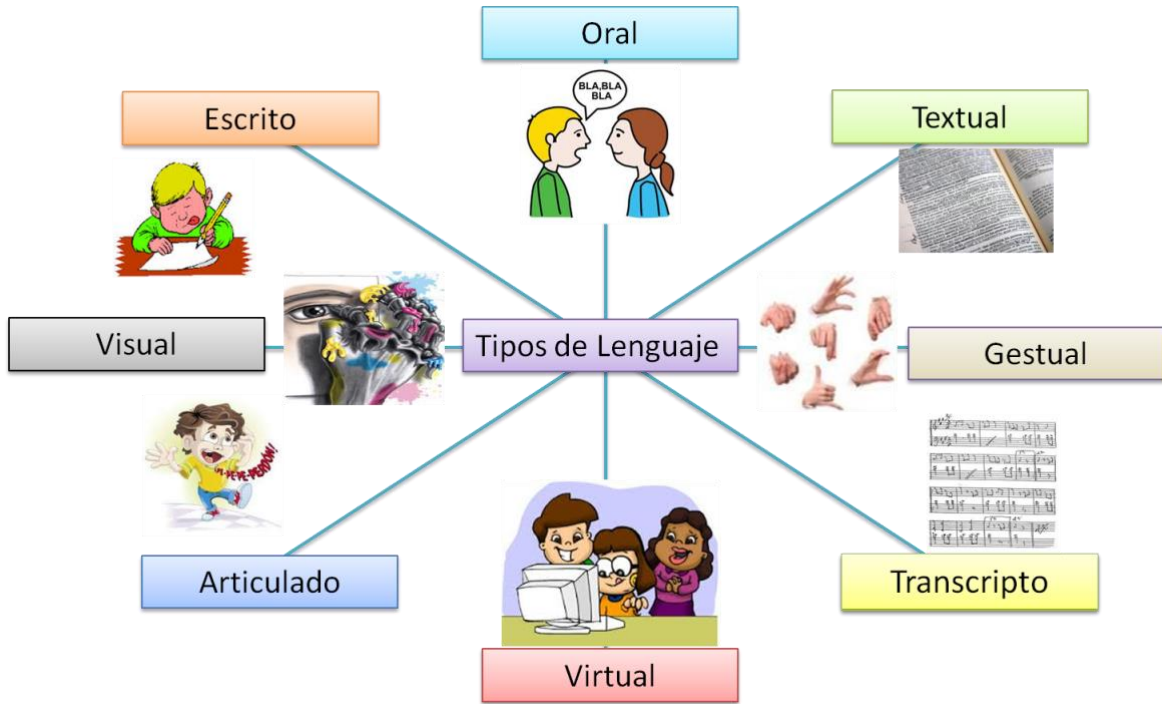
TÉCNICAS	Y					
PRODUCCIÓN						

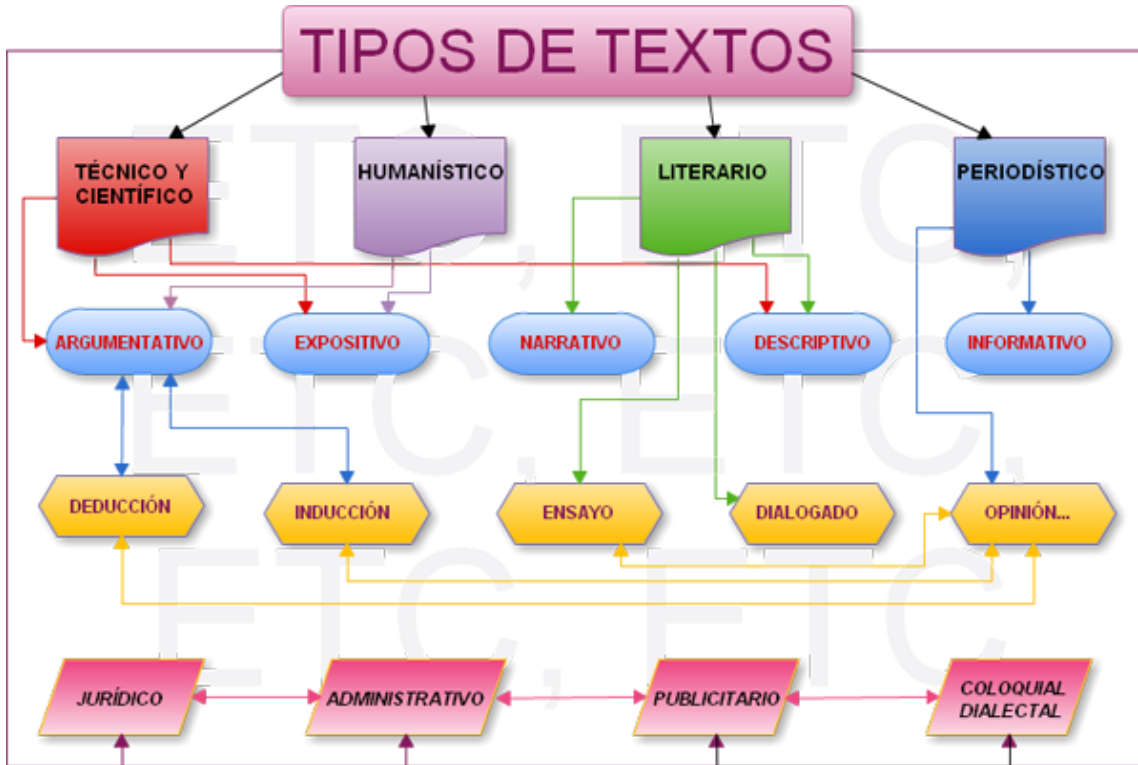
C. Base práctica con ilustraciones





INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO JAPÓN
GUIA DE APRENDIZAJE





Signos de puntuación

- Signos de exclamación**: Se usan para indicar sorpresa, asombro, alegría, súplica, mandato, deseo, etc. Se escribe signo de admiración para indicar el principio y final de una exclamación.
- Signos de interrogación**: Sirve para representar gráficamente la entonación de pregunta en una frase. Estos signos deben colocarse obligatoriamente al comienzo y al final de la frase.
- Punto**: Se usa para indicar el final de un enunciado, de un párrafo o de un texto que no sea exclamativo ni interrogativo. Se usa también después de las abreviaturas.
- Dos puntos**: Indica que lo que sigue es consecuencia o conclusión de lo que antecede y de quien habló es una pausa precedida de un descenso en el tono de voz.
- Guion**: es empleado para señalar como dos palabras simples se usan para dar lugar a un compuesto sintagmático, es decir, un tipo de palabra compuesta, la cual aun cuando cuenta con unidad léxica, sigue conservando su independencia ortográfica, fonética y gramatical.
- Punctuation marks**: (Illustration of various punctuation marks)
- Coma**: Señala una breve pausa dentro del enunciado. Se emplea para separar los miembros de una enumeración o sucesión, ya sean palabras o frases.
- Paréntesis**: Se utilizan los paréntesis para separar o intercambiar un texto dentro de otro. Se usan por pares para encerrar información.

<https://materiaeducativo.org/> ¡Gracias por comentar, etiquetar y compartir! <https://educacionprimaria.mx/>



Palabras agudas, graves, esdrújulas y sobresdrújulas

Palabras agudas, graves, esdrújulas y sobresdrújulas

Las palabras AGUDAS
se acentúan en la **última** sílaba

antepenúltima sílaba penúltima sílaba última sílaba
CAPI TÁN

Las palabras AGUDAS llevan tilde si terminan en:
VOCAL
(A, E, I, O, U)
N - S

Palabras agudas, graves, esdrújulas y sobresdrújulas

Las palabras GRAVES
se acentúan en la **penúltima** sílaba

antepenúltima sílaba penúltima sílaba última sílaba
ZA PA TO

Las palabras GRAVES NO llevan tilde si terminan en:
VOCAL
(A, E, I, O, U)
N - S

Palabras agudas, graves, esdrújulas y sobresdrújulas

Las palabras ESDRÚJULAS
se acentúan en la **antepenúltima** sílaba

antepenúltima sílaba penúltima sílaba última sílaba
GRA MÁ TI CA

TODAS las palabras ESDRÚJULAS llevan tilde

Palabras agudas, graves, esdrújulas y sobresdrújulas

Las palabras SOBRESDRÚJULAS
se acentúan en la **sílaba anterior a la antepenúltima** sílaba

antepenúltima sílaba penúltima sílaba última sílaba
VÉN DE ME LO

TODAS las palabras SOBRESDRÚJULAS llevan tilde



Palabras agudas, graves, esdrújulas y sobresdrújulas

Ejemplos de palabras GRAVES

Palabras graves CON tilde	Palabras graves SIN tilde
DIFÍCIL	MESA
ÁRBOL	LIBRO
DÓLAR	MANZANA
FÚTBOL	CAMINAN
CARÁCTER	ADULTOS

100% EN ESPAÑOL

Palabras agudas, graves, esdrújulas y sobresdrújulas

Ejemplos de palabras AGUDAS

Palabras agudas CON tilde	Palabras agudas SIN tilde
CAFÉ	PAPEL
SOFÁ	SEÑOR
FRANCÉS	PARED
ADEMÁS	DORMIR
CORAZÓN	CANTIDAD



4. ESTRATEGIAS DE APRENDIZAJE

ESTRATEGIA DE APRENDIZAJE 1: Análisis y Planeación
Descripción: - Discusión sobre las lecturas, artículos y videos. Observación atenta y detallada de las éticas que emiten los niños y las personas que están en su contexto para lograr la respuesta de los demás.
Ambiente(s) requerido: Aula amplia con buena iluminación.
Material (es) requerido: <ul style="list-style-type: none">• Material didáctico para actividades de exposición dentro del aula• Aula de clase• Bibliotecas, páginas web• Proyector• Computador
Docente: Con conocimiento de la materia.

5. ACTIVIDADES

- Exposiciones orales sobre el tema de investigación asignado (grupal o individual).
- Intervención de los señores estudiantes con criterios sobre el tema en un foro abierto,
- Control de lectura.
- Lectura comprensiva.
- Exposición demostrativa y práctica.
- Talleres prácticos.
- Presentación del Trabajo final

Se presenta evidencia física y digital con el fin de evidenciar en el portafolio de cada aprendiz su resultado de aprendizaje. Este será evaluable con la correspondiente socialización.



6. BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

DIRECCIÓN WEB:
https://es.wikipedia.org/wiki/Funciones_del_lenguaje
https://haytipos.com/discurso/
http://files.tlrprepa2santiago.webnode.es/200000625-50a8a52ab0/ANEXO%20-Clasificaci%C3%B3n%20de%20textos.pdf
http://www.ittizimin.edu.mx/wp-content/uploads/2016/08/tipos-de-texto.pdf
https://es.slideshare.net/fabiolasoto2802/estructura-y-tipos-de-discurso
Macías J. (2012). La paráfrasis. Recuperado de: http://roa.uveg.edu.mx/repositorio/bachillerato/177/Laparfrasis.pdf
http://www.ice.upm.es/wps/jlbr/Documentacion/Libros/Hablar2.pdf
Gamboa, Y. (1997). GUÍA PARA LA ESCRITURA DEL ENSAYO. Recuperado de: http://www.unipiloto.edu.co/descargas/archivo_administracion_de_empresas/guia_ensayos.pdf

7. EVIDENCIAS Y EVALUACIÓN

Tipo de Evidencia	Descripción (de la evidencia)
De conocimiento:	Exposición de los temas Ensayo expositivo grupal de lecturas Definición de temas de investigación Evaluación escrita
Desempeño:	Trabajos grupales Trabajos escritos individuales Talleres
De Producto:	Presentación de portafolio.



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO JAPÓN
GUIA DE APRENDIZAJE

Criterios de Evaluación (Mínimo 5 Actividades por asignatura)	Rubrica de evaluación. Actividad 1: Investigación 10% y Desarrollo de contenidos 10%. Actividad 2: Investigación 10% exposiciones 10% Actividad 3: Investigación 10% analizar los temas expuestos. 10% Actividad 4: Conocimientos 10% retroalimentación de los temas. 10% Actividad 5: presentación de portafolio. 20%
TOTAL	100%

Elaborado por: MSc. Jéssica Fernanda Naranjo Averos (Docente)	Revisado Por: MSc. Daniel Shauri (Coordinador)	Reportado Por: (Vicerrector)



Guía metodológica Lenguaje y comunicación

Parvularia

Mgs. Jessica Naranjo

2019

Coordinación Editorial Dirección:

Lucía Begnini Dominguez.

Coordinación Editorial:

Milton Altamirano Pazmiño, Alexis Benavides.

Diagramación: Sebastián Gallardo.

Corrección de Estilo: Lucía Begnini.

Diseño: Sebastián Gallardo.

Instituto superior tecnológico Japón

AMOR AL CONOCIMIENTO