

461
D948e

**EXPRESION
ESCRITA Y COMUNICACION
EN LOS ACTUALES
PROGRAMAS DEL
MINISTERIO DE
EDUCACION PUBLICA**

**VIANNEY DURAN
CLAUDIO JIMENEZ**



UNIVERSIDAD DE COSTA RICA
SEDE DE OCCIDENTE
COORDINACION DE INVESTIGACION

EXPRESION ESCRITA Y COMUNICACION
EN LOS ACTUALES PROGRAMAS DEL
MINISTERIO DE EDUCACION PUBLICA

Vianney Durán Campos
Claudio Jiménez Montero

SERIE
CATEDRA UNIVERSITARIA
1992



Impreso en la
Oficina de Publicaciones
de la Universidad de Costa Rica

Consejo Editorial

Licda. Saray Córdoba
M. Sc. Rodolfo Ortiz
M. Sc. Cecilia Vega
Lic. Gerardo Mora
Licda. Cecilia Aguilar

VIANNEY DURAN CAMPOS

Profesora en Castellano y Literatura. Bachiller en Filología Española. Licenciada en Filología Española. Profesora de la Sede de Occidente, Universidad de Costa Rica.

CLAUDIO JIMENEZ MONTERO

Profesor en Castellano y Literatura. Bachiller en Filología Española. Licenciado en Filología Española. Profesor de la Sede de Occidente, Universidad de Costa Rica.

SEDE DE OCCIDENTE
"BIBLIOTECA"

— PROCESOS TECNICOS —

No. Registro 114930

Procedencia: Duran

Precio e 700-

Fecha Ingreso: 03 SEP 1996

BIBLIOTECA OCCIDENTE - UCR



0114930

461

D 948 e Durán Campos, Vianney

Expresión escrita y comunicación en los actuales programas del Ministerio de Educación Pública / Vianney Durán Campos y Claudio Jiménez Montero. - [San José, C.R.] : Oficina de Publicaciones de la Universidad de Costa Rica, 1992.

130 p. - (Serie Cátedra Universitaria)

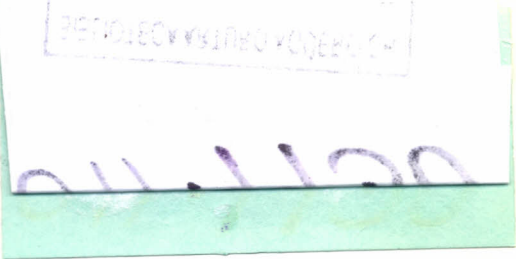
A la cabeza de la portada: U.C.R. Sede de Occidente. Coordinación de Investigación.

1. Español - Estudio y enseñanza
2. Comunicación escrita.
- II. Jiménez Montero, Claudio
- III. Título III Serie

SEDE DE OCCIDENTE

BIBLIOTECA

U. C. R. SAN RAMON



INDICE

PRESENTACION	5
INTRODUCCION	7
CAPITULO I <i>El proceso de la comunicación</i> <i>Elementos del ciclo comunicativo</i>	9
CAPITULO II <i>El aparato fonador</i> <i>Pronunciación</i>	19
CAPITULO III <i>La descripción</i> <i>El proceso descriptivo</i>	29
CAPITULO IV <i>La narración</i> <i>El proceso narrativo</i>	35
CAPITULO V <i>La Carta</i>	41
CAPITULO VI <i>El Acta</i>	55
CAPITULO VII <i>El Informe</i>	57
CAPITULO VIII <i>La referencia bibliográfica y las fichas de lectura</i>	63
CAPITULO IX <i>La propaganda comercial</i>	71
CAPITULO X <i>Verbos fáciles</i>	77

CAPITULO XI	
<i>La encuesta</i>	79
CONCLUSION	93
BIBLIOGRAFIA CITADA	95
BIBLIOGRAFIA GENERAL	97
ANEXO	99

PRESENTACION

Como parte de una reestructuración en el sistema educativo costarricense, el Ministerio de Educación Pública ha enviado nuevos programas a escuelas y colegios. Estos no son solo novedosos en cuanto a planeamiento y evaluación, sino también en los temas.

La sección de Didáctica de la Sede de Occidente recibió ejemplares de estos programas, porque como supervisora de la práctica docente en primero, segundo y tercer ciclos esta sección debe ajustarse a la nueva propuesta programática.

Las nuevas situaciones de aprendizaje y estrategias de evaluación que aparecen en los nuevos programas sirvieron de inspiración a este trabajo que concentra los temas de Expresión Escrita y Comunicación, solicitados para tercer ciclo y más específicamente para sétimo año.

Se espera que resulte útil para los estudiantes de Experiencia Profesional en Castellano y Literatura; para profesores en servicio a quienes el cambio ha resultado difícil no solo por la metodología sino también conceptualmente; para los alumnos, quienes encontrarán aquí diverso material de consulta y para todas las personas deseosas de conocer más acerca de la realidad lingüística.

Se presentan los siguientes temas: el proceso comunicativo y los elementos que lo conforman; el aparato fonador, con sus órganos y la consecuente pronunciación de los diferentes sonidos de nuestro idioma, los procesos narrativo y descriptivo han sido tratados desde el punto de vista oral y escrito, acompañados de ejemplos y ejercicios que ayudarán a su mejor comprensión; un análisis de la publicidad para colaborar con educadores y educandos en la difícil tarea de enfrentar el bombardeo que en este sentido recibimos diariamente.

La carta, el acta, el informe, las fichas y la encuesta (entrevista y cuestionario) además de ser tratados en sus aspectos teóricos se presentan con ejemplos prácticos.

En el aparte final, se presenta una referencia a los verbos fáciles con el ánimo de exhortar a los lectores a que no abusen de éstos y utilicen otras posibilidades léxicas en pro de una mejor expresión.

Los autores

INTRODUCCION

Desde hace muchos años, el sistema educativo costarricense atraviesa una grave crisis. Los programas antiquísimos y desactualizados en cuanto al enfoque y contenidos eran motivos suficientes para que el Ministerio de Educación tomara cartas en el asunto.

En 1975 se asesoró a los profesores de algunas instituciones para practicar en ellas el Lenguaje Total. Este enfoque no dio los resultados esperados, pero dejó ver la necesidad del cambio.

En algunos de los cursos para educadores de la Universidad de Costa Rica se han venido analizando los postulados de Paulo Freyre y se antepone la educación renovada a la educación "bancaria" que se viene practicando en Costa Rica. Sin embargo, nuestros graduados salían a formar parte de este grupo porque los programas que debían desarrollar casi les exigía adoptar esta actitud.

Era necesario que los programas de estudio fueran funcionales de acuerdo con la realidad de nuestro país, que removieran la concepción de docente y alumno, en busca de una educación que fomentara en los estudiantes la creatividad, reflexión y criticidad. En fin, que dinamizaran el proceso enseñanza-aprendizaje.

Iniciando el curso lectivo 1991 las escuelas y colegios de nuestro país recibieron ejemplares de los nuevos programas. En ellos "la educación es conceptualizada como un proceso formativo permanente que es inherente a la persona humana. Se le visualiza también como un proceso social mediante el cual se vivencian las experiencias de aprendizaje que en última instancia contribuyen a la formación de capacidades y valores con los cuales la persona humana contribuirá al bien común" (M.E.P., 1991, p. IV).

El enfoque curricular que orienta este programa de estudios contesta a cuatro preguntas básicas.

- a. ¿Para qué se aprende y se enseña?
- b. ¿Qué se aprende y se enseña?
- c. ¿Cómo se aprende y se enseña?
- d. ¿Cómo determinar el logro en términos de aprendizaje?

Estas preguntas se concretan en el programa mediante los objetivos, las situaciones de aprendizaje y las estrategias de evaluación.

Pero lo más importante es que: "El Consejo Superior de Educación aprobó, en su sesión número 2-91 del catorce de enero de mil novecientos noventa y uno, lo siguiente:

- "1. Establecer la obligatoriedad del Ministerio de Educación Pública de evaluar la adecuación y la pertinencia de los programas de estudio de los diferentes niveles, ramas, modalidades y especialidades del Sistema Educativo. Esta evaluación debe hacerse al finalizar el trienio siguiente a la vigencia de nuevos programas o su modificación. De no haber modificaciones se debe realizar cada tres años.

2. El Consejo Superior de Educación debe ser informado de los resultados, a más tardar en el mes de octubre del año en que la evaluación se realice, de tal manera que las posibles modificaciones a los programas que el Ministerio de Educación proponga como consecuencia de este estudio, entren en vigencia en el mes de marzo del año siguiente.
3. Corresponderá al Consejo Superior de Educación aprobar el plan de evaluación que el Ministerio de Educación proponga, el cual deberá incluir al menos: objetivos, definiciones operacionales, fuente de datos, procedimientos, instrumentos y análisis de resultados propuestos. Este plan debe ser presentado al Consejo Superior de Educación a más tardar en el mes de octubre del tercer año del trienio" (Ibid: 1-11).

Así entonces, los nuevos programas de estudio no llevan sello de perpetuidad, son susceptibles al cambio y serán enriquecidos por las sugerencias que docentes y dicentes así como las asociaciones a quienes corresponde, planteen al Ministerio de Educación Pública.

CAPITULO I

El proceso de la Comunicación Elementos del ciclo comunicativo

La comunicación es la base de la interacción entre los hombres, porque el hombre no es un ser aislado, sino que interviene en forma activa en organizaciones humanas, tales como la familia, la iglesia, los grupos políticos y sociales, la comunidad, etc.

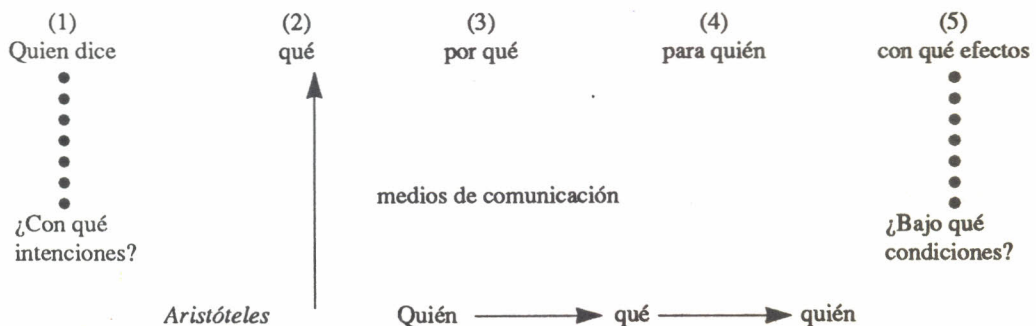
14 La gente puede comunicarse por muy diversos motivos, con gran número de personas y en múltiples formas: mediante sonidos, por medio del lenguaje oral, por signos de la naturaleza, por medio de lenguaje escrito, por imágenes, con uno mismo, por medio de gestos, mediante los sentidos, sueños, etc.

La amplitud del alcance de la comunicación es perfectamente demostrable y ha permitido una gran parte de la actividad humana. La pregunta es ¿Para qué nos comunicamos?.

24 Como lo define David Berlo, "la meta principal de la comunicación es la persuasión" (Berlo, 1976, p. 7), y agrega el autor "nos comunicamos para influir y para afectar intencionalmente" (Ibid: 11)

El hecho de que se perciba un mensaje no necesariamente significa que se ha establecido un proceso de comunicación. La meta de la comunicación es producir una respuesta. Cualquier situación humana en que intervenga la comunicación implica la emisión de un mensaje (con intención específica o propósito) por parte de alguien, y, a su vez, la recepción de ese mensaje por parte de otro. El análisis de las intencionalidades del sujeto que habla, nos descubren el fin buscado en su comunicación; y los efectos que la comunicación produce en quien la recibe, a su vez nos permite averiguar las consecuencias psicológicas y el modo como son aprehendidos los mensajes.

Diagrama de Lasswell, con modificaciones por Nixon (Romero, 1974, p. 101).



La comunicación es un proceso social que ocurre en el ámbito de las relaciones sociales. Sus componentes "interaccionan", o sea, cada uno de ellos influye sobre los demás.

Aristóteles definió el estudio de la comunicación (retórica) como la búsqueda de "todos los medios de persuasión que tenemos a nuestro alcance" (Fernández, 1982, p. 7).

3 4- La comunicación posee dos propósitos: informativo y persuasivo, y se puede agregar un tercero: el entretenimiento. El hombre debe ser crítico para percibir con claridad el propósito real que se persigue en todo acto de comunicación con él. Aquí entra en juego la comunicación de masas, pues actualmente esos medios (el periódico de grandes tiradas, la radio y la televisión, el cine, el libro, etc.) a la vez que informan y entretienen, han contribuido a enajenar la conciencia colectiva y a trastornar los hábitos de conducta del hombre moderno. Las modernas empresas editoriales, televisivas, radiales... son manejadas por pequeños grupos pertenecientes al poder estatal o a la burguesía. A la vez que informan desde diferentes puntos de la Tierra, conforman la mentalidad de las masas y le señalan hábitos de pensamiento y de consumo: crean una supuesta "opinión pública" (Ibid.: p. 18), donde el pueblo es un consumidor pasivo de información.

Se puede considerar una oposición entre la información y la cultura de masas, o sea una oposición entre lo real y lo imaginario. "Las informaciones remiten a un universo <<real>>, al mundo tal como es, las ficciones remiten a un mundo <<imaginario>>, que no existe fuera de la misma ficción" (Burgelin, 1974, p. 72). Dentro de esta perspectiva, se advierte en "lo imaginario la dimensión por excelencia de la cultura de masas" (Ibid: p. 73).

Es una realidad de nuestro tiempo, la expansión, la explosión o incidencia creciente de la información y de la comunicación sobre el individuo y la sociedad. La información es la "forma objetiva de aquello que se comunica" (Romero, 1975, p.11).

La información debe ser entendida como necesidad de la naturaleza social del ser humano y como servicio social necesario. Ella es un vehículo imprescindible en la formación de la conciencia social del individuo.

Si el hombre es consciente de los hechos informativos, estará en capacidad de afrontar responsabilidades frente a estos hechos. Porque tanto la comunicación como su contenido informativo producen efectos positivos y negativos de tipo psicosociológico. Se ha de ayudar pues, al hombre, para que se sienta comunicado consigo mismo y con los demás.

4- Para Berlo, los componentes del modelo del proceso de la comunicación son: 1º La fuente de la comunicación, 2º El codificador, 3º El mensaje, 4º El canal, 5º El decodificador, 6º El receptor de la comunicación.

La Fuente

Toda comunicación humana tiene una fuente, o sea, una persona o un grupo con un objetivo y una razón para comunicarse.

El Encodificador

Es el conjunto de facultades motoras de la fuente. Es el productor del mensaje; el encargado de tomar las ideas de la fuente y disponerlas en un código, expresando el objetivo de la fuente en forma de mensaje.

En la comunicación de persona a persona, uno solo es la fuente y el encodificador. Cuando se trata de situaciones de comunicación más complejas, se separan a menudo la fuente del encodificador. Por ejemplo: si el gerente de una empresa se comunica con el encargado de la publicidad de uno de los periódicos de nuestro país para solicitar un anuncio acerca de los beneficios del "Yogur Tres Frutas". En ese momento el gerente es fuente y encodificador. Pero, si el publicista elabora el anuncio y lo publica en el diario; la fuente seguirá siendo el gerente, pues es quien tuvo la idea, pero el encodificador es el publicista, quien ha metido dentro de un código los propósitos del gerente.

El mensaje

Es la forma de expresar el propósito de la fuente. Son ideas puestas en un código, en un conjunto sistemático de símbolos. Como dice Burgelin (1974, p. 13): "La originalidad de los mensajes estriba en que no tienen aparentemente otras funciones que el significar alguna cosa". Elaborar un mensaje con las palabras y reglas de un idioma o código lingüístico se llama codificación.

El Canal

Este es un medio, un portador de mensajes.

El Receptor

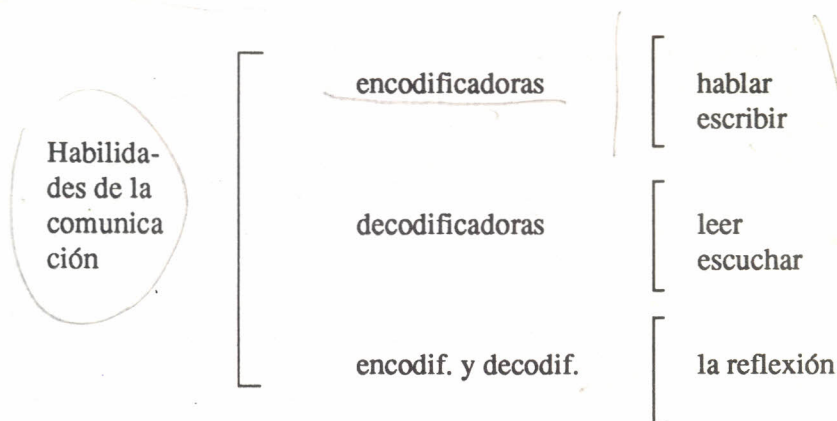
Es la persona situada al otro extremo del canal. Es quien responde al estímulo producido por la fuente, quien recibe e interpreta el mensaje. El hecho de que se perciba un mensaje no necesariamente significa que se ha establecido un proceso de comunicación; debe haber una respuesta por parte del receptor.

El Decodificador

Es el conjunto de facultades sensoriales del receptor, el que interpreta el mensaje.

Todo comunicador desea que su comunicación tenga alta fidelidad, o sea, que ha de lograr lo que desea. En la fuente-encodificador existen cuatro clases de factores que pueden aumentar la fidelidad: sus habilidades comunicativas, sus actitudes, su nivel de conocimiento y la posición que ocupa dentro de un determinado sistema socio cultural.

Las habilidades en la comunicación



Para encodificar un mensaje que exprese nuestro propósito debemos poseer las habilidades encodificadoras necesarias. Si vamos a escribir el mensaje es necesario que tengamos un vocabulario adecuado para expresar nuestras ideas, por lo que es importante conocer la ortografía de las palabras y la sintaxis de nuestra lengua, para que el lector pueda decodificar fácilmente. Si hablamos, necesitamos saber pronunciar las palabras.

Nuestras habilidades comunicativas repercuten sobre nuestra capacidad para encodificar pensamientos; ejercen influencia sobre lo que estamos pensando, la forma en que pensamos y que pensemos en algo o no.

Las actitudes de la Fuente

Estas afectan las formas en que se comunica. La actitud es la predisposición hacia sí mismo, hacia el tema o hacia el receptor.

No es lo mismo comunicarnos si tenemos una actitud negativa hacia nosotros mismos, que si esta es positiva. Esta última nos permite llegar más lejos, enfrentar lo que deseamos, facilita la expresión de nuestros deseos.

Igual ocurre con el tema; si no se cree en el valor del tema, resultará difícil comunicarlo. En el caso de la actitud hacia el receptor, es fácil entender que si es negativa, afecta el mensaje emitido por la fuente y la forma en que la gente habrá de responder a dicho mensaje. Si sabemos que el emisor nos aprecia estaremos más dispuestos a aceptar lo que dice, y a éste le será más fácil decirlo.

El nivel de conocimiento

Es el tercer factor que puede aumentar la fidelidad. El grado de conocimiento que posee la fuente con respecto al tema que trata, afectará el mensaje. No se puede comunicar lo que no se sabe, ni lo que no se entiende. La fuente necesita poseer el tema que trata y saber comunicarlo.

El sistema socio cultural

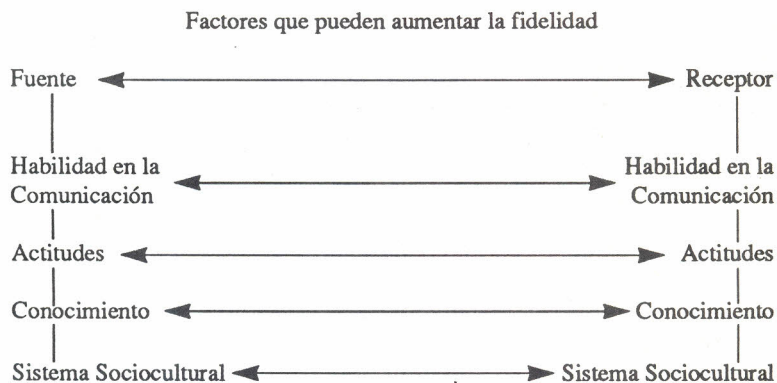
Toda fuente está influida por la posición que ocupa en un determinado sistema socio cultural. Por eso, es necesario saber la ubicación de la fuente en el sistema social, los papeles que desempeña, el prestigio que tiene y se le atribuye; así como conocer el contexto cultural dentro del cual se comunica, sus creencias culturales, valores dominantes, las formas de conducta que son aceptables e inaceptables por su cultura; porque todo ello habrá de afectar la conducta de la fuente de comunicación. No se expresa igual el director de una institución ante su secretaria, que ante su esposa, o ante los alumnos.

Los sistemas sociales y culturales determinan, en parte, la elección de las palabras que se usan, los propósitos para comunicarse, la elección de receptores, los canales que se utilizan, etc.

Ya que la comunicación es un proceso, se ha de entender que durante el transcurso de una situación de comunicación es frecuente que el receptor se convierta en determinado momento en fuente de comunicación y ésta a su vez en receptor.

Por esta razón, los factores que operan en la comunicación fuente-encodificador son los mismos para el decodificador-receptor. Debe este poseer habilidades comunicativas: escuchar, leer, pensar para recibir y decodificar los mensajes transmitidos por la fuente. La forma en que decodifica el mensaje está determinada por sus actitudes hacia sí mismo, hacia la fuente y hacia el contenido del mensaje. El nivel de conocimiento es igualmente importante, porque si no conoce el código, si ignora lo que se refiere al contenido del mensaje, no podrá entenderlo. La cultura, la situación dentro del sistema social, los componentes del grupo, las formas habituales de conducta afectan la manera en que el receptor recibe e interpreta los mensajes.

El receptor es de suma importancia en el proceso de la comunicación, la fuente debe tenerlo en cuenta a la hora de elegir un código para su mensaje, cuando selecciona el contenido; de otra forma, no se produce la comunicación.



El Mensaje

Es lo que se comunica. Cuando hablamos, el discurso es el mensaje; si escribimos, lo escrito; si gesticulamos, las expresiones del rostro constituyen el mensaje.

"Mensaje es la idea del contenido -informativo, formativo o recreativo- a transmitir a través -o no- de los canales que ofrecen los medios de comunicación social.

El mensaje tiene para nosotros estas características importantes:

- a. Establece hilaciones -conexiones- en el proceso general de la comunicación.
- b. Está en el centro de la relación, entre el promotor de la comunicación y el sujeto o público que la recibe y consume.
- c. Su identificación y comprensión depende de la capacidad de interpretación y de reacción del sujeto receptor" (Romero, 1974, pp. 129-130).

El mensaje es:

- a. Un paso de transmisión de símbolos que pueden ser interpretados.
- b. Una clausura cultural que puede ser interpretada o no interpretada.

El mensaje debe ser considerado en función de su existencia como posibilidad de manipulación.

Debe ser considerado desde una dimensión técnica y desde una dimensión social: el mensaje sirve para establecer comunicación y sirve también para modificar la realidad (Ibid: p. 131).

Tres son los factores del mensaje que afectan la fidelidad: el contenido, el código y la forma en que es tratado el mensaje. Cada uno de ellos con elementos y estructura. Los elementos son las partes de un todo y la estructura es la combinación de esos elementos.

El Código

Es todo grupo de símbolos que puede ser estructurado de manera que tenga algún significado para alguien. Nuestro idioma es un código, cuyos elementos (sonidos, letras, palabras, etc.) están estructurados en una forma determinada (sintaxis).

La pintura, la música, el baile, etc. exigen un código, porque cualquier forma de arte que se comunica, que está relacionada con su significado, requiere un código.

Cuando se codifica un mensaje hay que decidir: el código, los elementos y la estructuración de estos, que vamos a utilizar. Por ejemplo, si hablamos con un chino que solo conoce esta lengua, debemos hablarle en chino para que se dé la comunicación, pero si además hablamos con un español debemos usar otro código, el del idioma español, para comunicarnos.

Cuando nos comunicamos debemos preguntarnos, si quien nos escucha o lee nos está entendiendo, a qué se dedica, qué estudios ha realizado, cuáles son sus intereses, si sabe del asunto que le comunicamos; esto para explicar mejor y hacer referencia al mundo y experiencias del receptor; para emplear un código común. Si se emplearon términos desconocidos para el receptor, se debe, entonces, aclarar su significado con explicaciones o recurrir a sinónimos. Comunicarse bien es permitir que el receptor decodifique el mensaje con facilidad.

El contenido del mensaje

Es el material del mensaje seleccionado por la fuente para expresar su propósito. Las formas que se elijan para ordenar lo que hablamos o escribimos, determinan en parte, la estructura del contenido. Todo lo que comunicamos debe llevar orden para que sea percibido con claridad.

Tratamiento del mensaje

Son las decisiones que toma la fuente de comunicación al seleccionar y estructurar los códigos y el contenido.

Un mismo tema puede ser tratado de muy diversas formas, según la fuente de donde provenga.

Aun sabiendo que todos los noticieros poseen las mismas noticias, escogemos uno entre cuatro, por su estilo de comunicación, por la manera de tratar los mensajes.

En la toma de decisión de la fuente hacia el código y el contenido, intervienen aspectos como la personalidad, el conocimiento, la cultura, la posición social, etc.

Observando la forma en que la fuente trata el contenido y el código, el decodificador infiere el propósito de la fuente, su actitud hacia él, sus habilidades comunicativas, su grado de conocimiento y su posición.

La fuente necesita tener presente al receptor a la hora de comunicarse, por esto deben elegirse códigos que el receptor pueda entender, decodificar.

El Canal

Todos los mensajes deben ser transmitidos a través de un canal. Este es el medio o conducto que transmite los signos del mensaje. Los canales unen la fuente con el receptor y les permite comunicarse. Berlo (1976) se refiere a tres significados de la palabra "canal" en la comunicación: las formas de codificar y decodificar los mensajes, vehículos de mensajes y medio de transporte.

En una conversación entre dos personas, el mecanismo verbal y el auditivo son las formas de codificar y decodificar los mensajes. El vehículo que transporta el mensaje oral son las ondas sonoras y el aire que sostiene las ondas, en este caso, tiene la función de servir de medio de transporte para que el mensaje se difunda. Un rótulo comercial, una señal de tránsito, una fotografía, una hoja escrita, son objetos que transmiten mensajes. Los materiales que se utilizan en su construcción (pintura, telas, madera, papel, etc.) y las ondas luminosas que transmiten las formas y colores de los signos, son canales. Como fuente codificadora hay que decidir en qué forma se canalizará el mensaje para que el receptor pueda decodificarlo. Los canales pueden considerarse como las habilidades motoras del codificador y las habilidades sensoriales del decodificador (sus sentidos). Es a través de los sentidos que el decodificador receptor percibe el mensaje. Los órganos de los sentidos de la vista, gusto, olfato, oído y tacto son nuestros canales internos para recibir los mensajes.

En la comunicación, los componentes se hallan entrelazados y son interdependientes. El emisor genera el proceso de la comunicación. Desea decir algo (el mensaje) a alguien que se encarga de interpretarlo: el receptor.

Ya explicado el proceso, es necesario referirse a dos aspectos importantes: la retroalimentación y las barreras que impone el receptor.

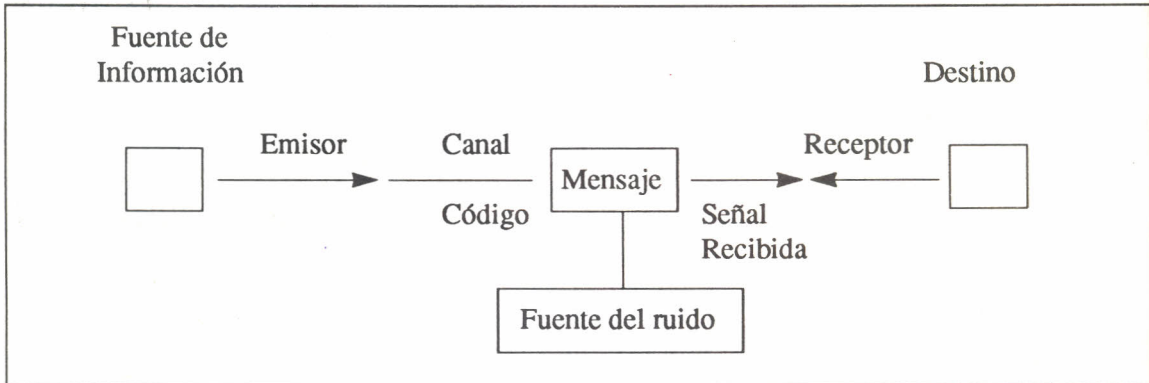
Las barreras pueden ser físicas (un ruido) o psicológicas (prejuicios, actitudes negativas). La retroalimentación durante el acto comunicativo y el mutuo conocimiento de los que interactúan permiten eliminar el "ruido" en la comunicación.

Agregaremos el esquema de comunicación de Ander-Egg y Aguilar (1983) a modo de sinopsis.

Los componentes del sistema de comunicación pueden representarse de una forma simplificada según el siguiente diagrama:



De una manera más compleja, el diagrama del proceso de comunicación podría representarse así :



Emisor

Persona que transmite el mensaje (el que habla, escribe, pinta, diseña, compone música, realiza una obra teatral, etc.).

Quién ?

Canal

Vía por la que circula el mensaje; con lo que se expresa el mensaje (la palabra, la música, el gesto, etc.).

¿ Con qué ?

Mensaje

El conjunto de contenidos que se transmiten en un acto de comunicación (lo que transmite el emisor al receptor).

¿ Qué?

Código

Conjunto de signos, señales y reglas que se usan para la transmisión del mensaje (palabras y reglas sobre cómo escribir, cómo hablar, cómo componer música, pintar, moverse en un escenario, etc.).

¿ Cómo ?

Receptor

La persona o conjunto de personas que reciben el mensaje (el que escucha, lee o mira).

¿ Para quién ?

Contexto

Es la situación en que se produce el acto de comunicación y que muchas veces ayuda o dificulta la comprensión del mensaje.

Situación

Si bien el lenguaje, es el principal instrumento de comunicación entre humanos, nos comunicamos también por una cantidad enorme de otros signos o códigos.

5- Cualquier cosa que transmita un significado: una palabra, un gesto, un color, un sonido, un comportamiento, un dibujo, un olor, un sabor, un gusto, un objeto, es un signo.

Aunque el lenguaje es el código más perfecto que han creado los hombres, en algunas ocasiones el acto dice más que la palabra; o dicho de otra manera: las acciones persuaden, muestran y convencen más que las palabras.

Nos referimos a la comunicación como el proceso mediante el cual se transmiten significados con el propósito de persuadir al receptor. Se trata de influir en el receptor para obtener de él una respuesta favorable a los intereses, pensamientos, voluntad, sentimientos, necesidades del emisor.

Los signos, la comunicación, pueden ser utilizados también como instrumentos de manipulación y control de nuestros actos y pensamientos.

Ejercicios que se sugieren:

Señalar el emisor, receptor, mensaje, código y canal de diferentes situaciones de comunicación, como las siguientes:

1. Miguel va manejando y ve la señal de alto en la esquina, por lo que detiene el vehículo.
2. La profesora de Francés, hablando en este idioma, dice a Manuel, uno de sus alumnos, que debe presentarse en la Orientación del colegio. El alumno sale inmediatamente para allá.
3. Compro el periódico **Universidad** y leo en la primera página "Política económica riñe con la justicia social". Pienso en la importancia de este titular.

CAPITULO II

El aparato fonador Pronunciación

Para comunicarnos utilizamos elementos que conocemos con el nombre de signos lingüísticos. Estos están constituidos por el significante (la expresión) y el significado (el contenido, la idea).

El significante comprende, a su vez, la fonología y la fonética.

La Fonología

Estudia los fonemas, unidades mínimas que originan cambios de significación. Son fonemas las vocales porque mato, meto, mito, moto, mutuo, se distinguen precisamente por la sustitución de /a, e, i, o, u/. Igual ocurre con las consonantes (p y b) en bata y pata por ejemplo.

La Fonética

Estudia el modo de emitir el hombre esos fonemas (fonética articuladora) y el resultado de esa emisión en ondas sonoras (fonética acústica).

En la comunicación intervienen dos personas (Quilis, 1970, p.8): hablante y oyente. En el hablante, se manifiesta una intencionalidad previa al acto del habla. Su cerebro envía órdenes, que se traducen en impulsos neuromotrices, transmitidos a través de determinados nervios que van a poner en movimiento el diafragma, las cuerdas vocales y los órganos articulatorios, originando unas ondas acústicas que se propagan por el aire hasta el oído del oyente. Las distintas presiones que esas ondas ejercen sobre el tímpano se traducen en nuevos impulsos neuromotrices, transmitidos por medio del nervio auditivo hasta el cerebro donde se decodifica el mensaje.



Organos de la fonación

Se clasifican en tres grupos (ibid.:, p. 9)

1. Cavidades infraglólicas (órganos respiratorio): pulmones, bronquios y tráquea.
2. Cavidad laríngea (órgano fonador): cuerdas vocales.
3. Cavidad supraglólica (resonador del tono laríngeo): cavidad bucal: faringe, cavidad de la boca, fosas nasales y los labios.

El aire es necesario para la fonación: no hay sonido sin aire. Los pulmones son los encargados de suministrarlo durante la espiración; expulsan el aire a través de los bronquiolos, bronquios y tráquea.

El volumen o intensidad del sonido depende de la presión mayor o menor con que los pulmones expelen el aire por la faringe.

En el final superior de la tráquea se encuentra el cartílago cricoides (con forma de anillo), que marca el principio de la laringe, sobre él se apoyan el cartílago tiroides y los aritenoides. Entre el tiroides (situado en la parte anterior de la laringe; también llamado nuez o bocado de Adán) y los aritenoides (situados en la parte posterior de la laringe) se extienden las cuerdas vocales, ocupando una posición horizontal a la salida del aire; producen el sonido.

Durante la respiración, las cuerdas se abren, cuando se emite un sonido sordo, las cuerdas se aproximan y vibran durante la emisión de un sonido sonoro. Entonces, si las cuerdas vibran los sonidos son sonoros: todas las vocales y algunas consonantes: (b, m, n, d, l, etc).

Si no vibran, son sordos: (p, t, s, f...).

Al sobrepasar el aire fonador las cuerdas vocales, entra en la región conocida con el nombre de faringe laríngea. Sobre ella se encuentran la epiglotis, por encima de esta la faringe oral, y a continuación las dos grandes cavidades: la nasal y la bucal.

En la cavidad bucal hay que destacar: la lengua, se encuentra sobre la glotis, es un órgano móvil; el paladar duro, fijo y hacia adelante y el paladar blando o velo del paladar, móvil, hacia atrás, cuyo final es la úvula o campanilla, abre y cierra la entrada de las fosas nasales. Es la articulación del velo del paladar, la que determina si un sonido es nasal (el aire pasa por la nariz) u oral (el aire pasa por la boca). En la boca se encuentran también los dientes con los alveolos (parte saliente del paladar que se encuentra justo detrás de los dientes del maxilar superior). Detrás de los alveolos se encuentra, la región prepalatal.

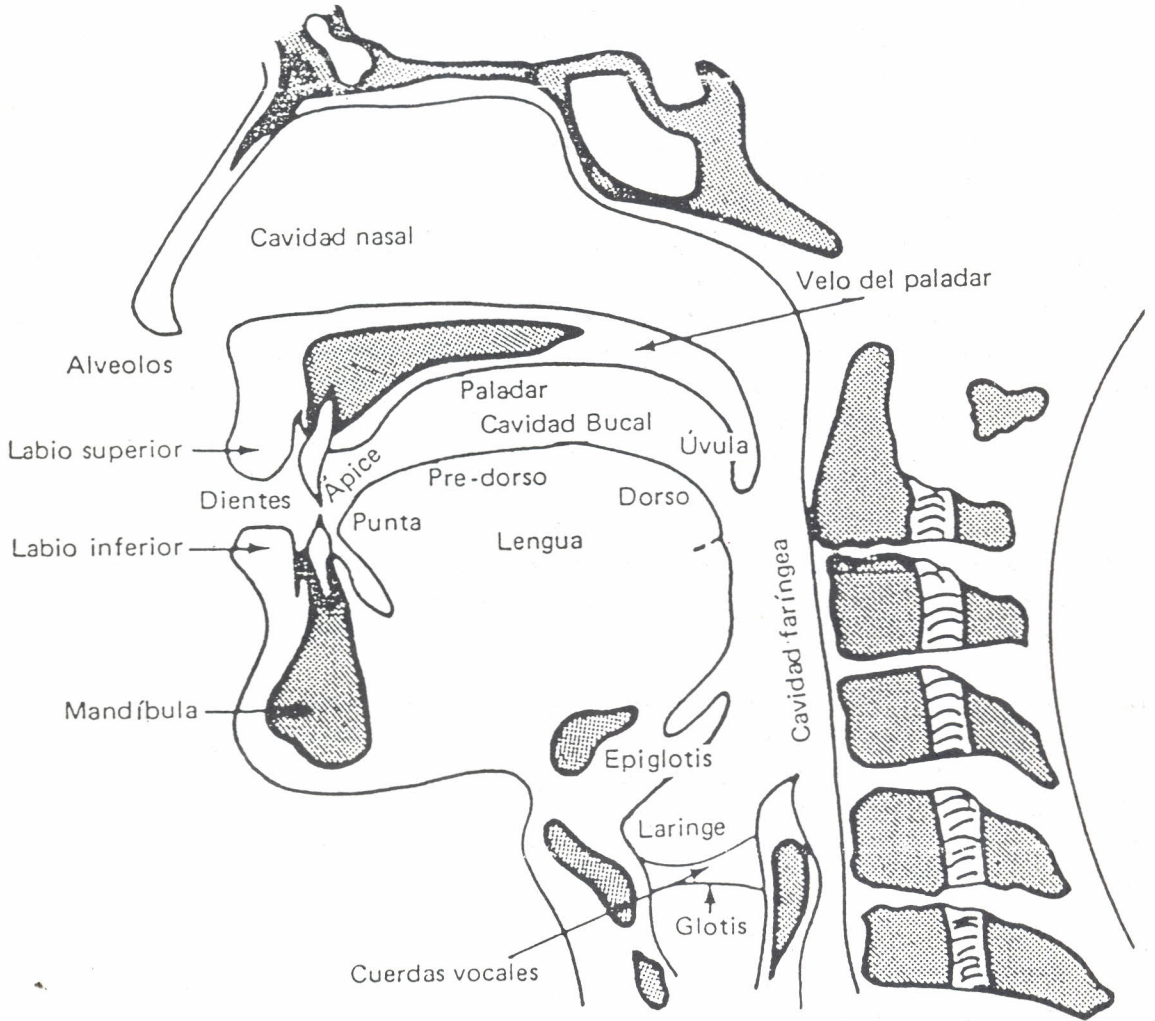
En cuanto a los labios, gracias a su movilidad es un resonador y modifica el efecto de la cavidad bucal (labialización).

Clasificación de los sonidos

Las diferentes posiciones de la lengua y/o los labios originan en la cavidad bucal zonas de resonancia de diferentes formas y volúmenes. En estas cavidades, que actúan como resonadores, se origina el timbre de los sonidos.

EL APARATO FONADOR

461
D948e



114930 0.7

La forma y el volumen de las fosas nasales son fijas. Su efecto resonador es, en consecuencia, siempre el mismo.

Los sonidos tienen varias clasificaciones:

1. Sordos y sonoros

2. Por el modo de articulación: grado de cierre o abertura de los órganos articulatorios para la emisión de un sonido, pueden ser:

- a. **Oclusivos:** se da interrupción en el paso del aire, motivada por el cierre completo de los órganos articulatorios (los labios, lengua y dientes, lengua y paladar): p, t, k, b, d, g.
- b. **Fricativos:** se forman por un estrechamiento del paso del aire, que produce un ruido de fricción al pasar por la pequeña abertura formada por el órgano articulante. Reciben también el nombre de continuas en oposición a las oclusivas, que son momentáneas: f, s, y, x...
- c. **Africados:** en la emisión intervienen dos momentos: el primero es oclusivo; el segundo, fricativo. Los dos se producen en el mismo lugar de articulación: c...
- d. **Consonantes nasales:** se caracterizan por un cierre en cualquier parte de la cavidad bucal y una apertura nasal causada por la separación del velo del paladar de la pared faríngea. El aire pasa a través de las fosas nasales únicamente: m, n, ñ.
- e. **Laterales:** durante su emisión la lengua cierra la parte central de la cavidad bucal, saliendo el aire por la abertura lateral que se forma entre los rebordes de la lengua y el paladar: l.
- f. **Vibrantes:** es el grupo de sonidos cuya característica es la de poseer una o varias interrupciones momentáneas durante la salida del aire fonador, producidas por contacto entre el ápice lingual y los alvéolos: r, rr.

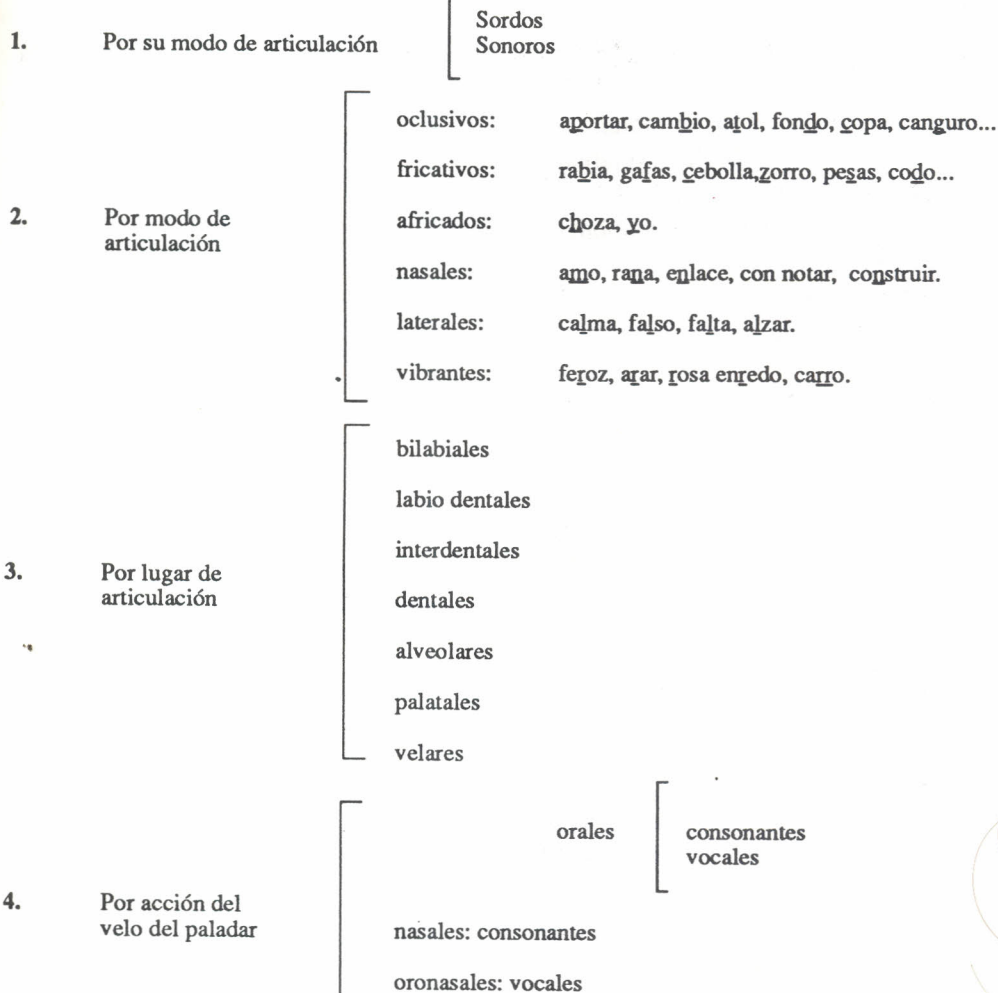
3. Por el lugar de articulación: zona donde inciden los órganos fonadores para la emisión de un sonido; se dividen en:

- a. **Bilabiales:** p, b, m. Los dos labios son utilizados.
- b. **Labio dentales:** f. Un labio contra los dientes.
- c. **Interdentales:** z. Articulaciones contra los dientes.
- d. **Dentales:** t, d. Articulación contra los dientes.
- e. **Alveolares:** s, n, r. Articulación contra los alveolos.
- f. **Palatales:** c, ñ, l. Articulación contra el paladar duro.
- g. **Velares:** k, g, x. Articulación contra el paladar blando.

4. La acción del velo del paladar da lugar a otra clasificación:

- a. Sonidos orales: el velo del paladar está adherido a la pared faríngea y el aire sale a través de la cavidad bucal: consonantes: p, b, t, k, g... vocales: a, e, i, o, u.
- b. Sonidos nasales: el velo del paladar está separado de la pared faríngea, la cavidad bucal está cerrada y el aire sale a través de las fosas nasales. Consonantes: m, n...
- c. Sonidos oronasales: el velo del paladar está separado de la pared faríngea, la cavidad bucal abierta y el aire sale simultáneamente por las fosas nasales y por la boca, sólo vocales que se encuentren entre dos consonantes nasales ej: nifo, humano.

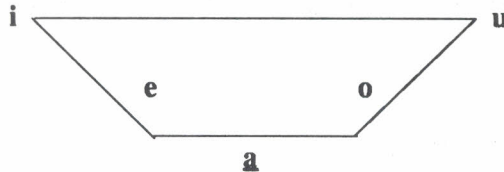
Clasificación de los sonidos



Los fonemas vocálicos

Los fonemas vocálicos son los únicos que pueden ser núcleos silábicos; las consonantes, no. Pero cuando en una sílaba hay más de una vocal (diptongo o triptongo) sólo una puede ser el núcleo silábico.

Clasificación de las vocales: Si la posición de la lengua es alta (como para **i**), la vocal es cerrada; si es baja (como para **a**), la vocal es abierta. La **e** es vocal intermedia. Como vocales velares y labializadas la **u** es la más cerrada y la **o** es la intermedia.



Se puede caracterizar las vocales indicando su lugar en la boca, el grado de cierre y la posición de los labios:

La **i** = vocal anterior, cerrada, no labial.

La **e** = vocal anterior, intermedia, no labial.

La **u** = vocal posterior, cerrada, labial.

La **o** = vocal posterior, intermedia, labial.

La **a** = vocal abierta.

Todas las vocales son orales.

Clasificación de las vocales

1.	El modo de articulación posición superoinferior de la lengua en la boca	[altas: i , u . medias: e , o . baja: a .
2.	El lugar de articulación posición anteroposterior de la lengua en la boca	[anteriores (palatales) i , e . posteriores (velares) u , o . central: a .
Acústicamente		[vocales agudas cavidad bucal anterior pequeña i , e graves cavidad bucal anterior grande u , o neutra a

El diptongo

Un diptongo es la unión de dos vocales en una misma sílaba: una de ellas es el núcleo silábico, que posee la mayor abertura y la mayor energía articulatoria.

Diptongos crecientes:

Cuando el núcleo silábico es la segunda vocal, la abertura y energía articulatorias aumentan desde los sonidos precedentes hasta el núcleo. Se forman combinando i-u con e-a-o.

Ejs: piedra, puerta, piano...

Diptongos decrecientes:

Cuando el núcleo silábico es la primera vocal, la abertura y energía articulatorias disminuyen desde él hacia los sonidos siguientes.

Las combinaciones son e-a-o + i-u.

Ejs: baile, peine, neurona...

En las secuencias **iu** y **ui**, el diptongo será creciente o decreciente, según el elemento vocálico que reciba mayor carga acentual: si es el primero, será decreciente : viuda (creciente), cuidado (decreciente), huía (creciente).

El triptongo es la combinación de tres vocales en la misma sílaba. La central, que siempre es la más abierta, es el núcleo silábico. Los movimientos articulatorios son crecientes hasta el núcleo, y decrecientes a partir de él.

Ej. Miau



Ejercicios

1. Clasifique las consonantes de las siguientes palabras por su modo de articulación.

- a. rosa
- b. jarro
- c. chayote
- d. jinete
- e. gula
- f. mapa
- g. tumba
- h. bala
- i. apodo
- j. atar

2. Clasifique las consonantes de las siguientes palabras por su lugar de articulación.

a. pino
b. zapato
c. rabia
d. gafas

e. tipo
f. masa
g. puño
h. gato

i. fosa
j. dama

Resolución de ejercicios

- 1.
- | | | | |
|----|---------------|---------------|--------------|
| a. | r = vibrante | s = fricativa | |
| b. | j = fricativa | rr = vibrante | |
| c. | ch = africada | y = fricativa | t = oclusiva |
| d. | j = fricativa | n = nasal | t = oclusiva |
| e. | g = oclusiva | l = lateral | |
| f. | m = nasal | p = oclusiva | |
| g. | t = oclusiva | m = nasal | b = oclusiva |
| h. | b = oclusiva | l = lateral | |
| i. | p = oclusiva | d = fricativa | |
| j. | t = oclusiva | r = vibrante | |
- 2.
- | | | | |
|----|---|-----------------|--|
| a. | p = bilabial | n = alveolar | |
| b. | z = interdental (alveolar en C.R. por el seseo) | | |
| | p = bilabial | t = dental | |
| c. | r = alveolar | b = bilabial | |
| d. | g = velar | f = labiodental | |
| e. | t = dental | p = bilabial | |
| f. | m = bilabial | s = alveolar | |
| g. | p = bilabial | ñ = palatal | |
| h. | g = velar | t = dental | |
| i. | f = labiodental | s = alveolar | |
| j. | d = dental | m = bilabial | |

CAPITULO III

La Descripción El proceso descriptivo

① Describir, como dice Vivaldi (1982, p. 296), "es conseguir que se vea algo -un objeto material o un proceso espiritual-: Es pintar".

Con las palabras, hemos de hacer ver al lector u oyente lo que nosotros estamos viendo.

No sólo se describe lo material, lo externo, sino que se puede describir lo espiritual, lo interno. Esto último exige dotes especiales.

Hay dos tipos de descripción:

- a. La técnica e instrumental: da a conocer un objeto, sus partes y finalidades.
- b. La literaria: su fin es provocar una impresión o un sentimiento.

Describir algo no es agotar todas las facetas del objeto en cuestión. Cada cual ve un trozo de realidad, por eso cuando describimos, debemos prestar especial atención a nuestro punto de vista. Así diremos lo que debemos destacar y lo que es preciso abandonar. Se trata de expresar lo que sea llamativo, enérgico y definitivo.

Para que una descripción sea completa es preciso profundizar, analizar y valorar, no basta pues la observación física, hay que buscar además, el aspecto dinámico de cualquier objeto.

Es importante realizar descripciones orales y escritas.

La descripción oral

Consiste en indicar en forma hablada y de manera precisa, cómo son las personas o cosas. Es representar personas o cosas por medio de palabras.

Se pueden describir seres individuales o conjuntos.

Al describir una persona debemos referirnos no solo a sus rasgos físicos, sino también a su personalidad, modo de ser y actuar, etc. Si son animales u objetos, aparte de su aspecto externo, es importante revelar la finalidad que cumplen, su importancia. Conviene, si es un objeto, responder a las preguntas, ¿Para qué sirve? ¿Es bueno o malo?

Si describimos conjuntos se da idea de diversos elementos a la vez. Cuando se describen paisajes, escenas naturales y máquinas, el movimiento de los seres, personas y mecanismos dificulta la actividad, por lo que es aconsejable describir por planos. En el primer plano se cita el motivo de mayor interés, esto es, lo que resalta más. En el segundo plano, los

elementos más cercanos y perceptibles y en el tercer plano lo difuso o lejano que rodea al asunto descrito, los colores más vagos y los elementos poco visibles.

En los paisajes predomina lo estático y en las escenas, en cambio, se agrega a lo estático un elemento dinámico: el movimiento es el centro de interés.

De acuerdo con lo dicho, hay dos formas de descripción: 4

a. **Estática:**

Da el aspecto de las cosas, la apariencia física como detenida en el tiempo y en el espacio.

b. **Animada o dinámica:**

Da el ser de las cosas, su esencia viva, en movimiento.

Ejemplos de descripción estática: 5

"Yo lo vi en su memoria. Había cumplido 21 años la última semana de enero, y era esbelto y pálido, y tenía los párpados árabes y los cabellos rizados de su padre. Era el hijo único de un matrimonio de conveniencia..." (García, 1981, p.14)

"La casa -medio rústica, medio ciudadana- se levanta entre la ciudad y el campo. Es vasta y sólida. Está labrada de piedra berroqueña graniguesa, cenicienta y con pintas negras. Sobre la puerta campea un gran escudo con la selva espesa-silva procera- de este linaje de Silvas. Tiene la casa como accesorios cochera, caballeriza, un pajar. Los vanos de la fachada están encuadrados en acodos que figuran cabezas de clavo. La planta baja se halla dividida en su comedio por tres arcos: uno ancho, y dos laterales, estrechos. La escalera se encuentra a un lado. A la derecha y a la izquierda se abren las puertas de espaciosas salas. El zaguán está amueblado con sillones y un canapé provisto de mullidas colchonetas. Extenso y frondoso huerto respalda la casa; anchuroso patio linda con el huerto. La cocina se halla en la parte posterior; tiene salida al huerto..." (Azorín, 1960, p. 32).

Ejemplo de descripción dinámica: 6

"De pronto desembocaron en una plazoleta. Una estruendosa descarga de fusilería los ensordeció. Estremeciéndose, el caballo zaíno de Demetrio vaciló sobre las piernas, dobló las rodillas y cayó pataleando. El Tecolote lanzó un grito agudo rodó del caballo, que fue a dar a media plaza, desbocado.

Una nueva descarga, y el hombre guía abrió los brazos y cayó de espaldas, sin exhalar una queja. Anastasio Montañés levantó rápidamente a Demetrio y se lo puso en ancas. Los demás habían retrocedido ya y se amparaban en las paredes de las casas". (Azuela, 1984, p. 126)

Se pueden describir fotograffas, estatuas, movimientos, láminas, etc. En el caso de personas y estatuas es conveniente describirlas en orden, de arriba hacia abajo. Se citan las características de la cabeza, posición, trajes...

Pero, no solo se hacen descripciones de cosas y seres reales; también pueden ser de cosas o conjuntos imaginarios. Pero debe evitarse el exceso de fantasía. Una descripción puede ser seria o jocosa.

Aun los cuadros de pintura abstracta y hojas de manchas de tinta pueden describirse.

Sea de seres o cosas individuales o de conjuntos, la descripción debe revelar "unidad de composición", no importa que se haga por planos o partes. De eso se distingue la descripción de la enumeración. Si dentro de la descripción, enumeramos, se debe hacer sin abusar de ella. Es preferible emplear oraciones que destaquen la idea que se desea comunicar.

2) La descripción puede ser minuciosa, esto depende de la capacidad de observación del que describe. También, pueden aparecer en la descripción, opiniones, juicios o ideas personales.

En toda descripción es importante la riqueza de vocabulario. En esta práctica oral, son muy útiles los sustantivos y los adjetivos. Conocer nombres de objetos y sus partes, de colores y sus tonos, tamaños y nombres geométricos nos permitirán realizar descripciones más claras y fluidas. Los sinónimos adquieren enorme valor para evitar la repetición de términos.

Ejercicios para la descripción oral

1. Describir ante un grupo una lámina, sin mostrarla, para que los oyentes traten de imaginar lo descrito. Luego se muestra el cuadro al auditorio. También puede hacerse este ejercicio entre dos o tres personas para que al mostrarla al grupo se determine quien realizó la descripción con mayor exactitud.
2. Una fila de personas describen un mismo objeto expresando cada uno un rasgo descriptivo.
3. Dos personas describen entre ambos el mismo motivo. Uno da un dato que el otro se encarga de completar. Es decir, describir simultáneamente.
4. Se presentan objetos, pinturas abstractas, fotografías de esculturas, etc., ante un grupo. Dos personas observan las reacciones de los compañeros ante lo presentado y posteriormente las describen.
5. Tres personas describen un mismo motivo pero separadamente, para esto se pide a dos del grupo que salgan y el tercero realiza la descripción sin que los otros dos lo escuchen; luego pasa a describir uno de los dos que está afuera y por último, el que quedaba. De esta manera el grupo escuchará tres versiones descriptivas de un mismo motivo.
6. Describir el proceso de comerse una fruta.
7. Hacer una descripción comparada de dos animales.

8) La descripción escrita

Describir en forma escrita es delinear, dibujar, figurar una cosa, representándola de modo que dé una idea exacta de ella. Es representar personas o cosas por medio del lenguaje escrito, explicando sus partes, cualidades o circunstancias.

9) La descripción escrita nos permite presentar al lector el ser, objeto o escena vista o imaginada. Los rasgos deben ser bien seleccionados y característicos. La descripción no puede generalizar, no debe abarcar caracteres comunes, tiene que aislar los rasgos propios de lo que se describe.

10

Los pasos para realizar una buena descripción son:

1. La observación cuidadosa de lo que va a describirse. Aquí deben ejercitarse los cinco sentidos.
2. La selección de los aspectos más característicos de acuerdo con nuestro punto de vista original. Para describir bien es necesario escoger lo que nos permita dar una idea propia del objeto o escena descrita. Describe mejor quien con menos rasgos, nos dice lo más característico de algo, lo más esencial.
3. La representación de lo descrito mediante el lenguaje exacto y preciso. Aquí es necesario el uso de un vocabulario abundante para llamar a cada cosa por su nombre. El empleo de una correcta puntuación, construcción de oraciones y párrafos.

Como todo trabajo escrito, debe tener ortografía y correcta caligrafía.

Es muy útil trazarse un plan, ordenar los materiales de tal manera que se distingan las ideas fundamentales de las secundarias y que estas sigan un orden lógico.

El que describe debe procurar que su estilo sea vivo, rápido y claro. Debe usar el párrafo corto y evitar los períodos largos, amplios, de complicada construcción. Las descripciones lentas, cansan y aburren.

Según la relación entre el observador y el objeto descrito, la descripción puede ser:

- a. Pictórica: El objeto descrito y el sujeto que describe están inmóviles.
- b. Topográfica: El objeto descrito está inmóvil y el sujeto que describe, en movimiento.
- c. Cinematográfica: Lo descrito está en movimiento, mientras el que describe está inmóvil. Esta descripción requiere luz, color, movimiento, relieve y sonido.

Ejemplo de descripción pictórica:

"Cuando el sol tramonta, la dorada luz suave entra sesgada desde lejos por entre los troncos. Todo es verde arriba y todo es suavemente dorado abajo. De los lejanos caserones y palacios de la ciudad, llega la misma sensación de laxitud placiente ...

Llenan los senderos plantas silvestres: la caléndula con su botón y pétalos amarillos; la matricaria con sus pétalos blancos y botón de oro; el simpático gordolobo ___ con su pináculo de florecillas de un amarillo claro y sus hojas vestidas de sedosa borra blanca; la clemátide ___ o hierba del pordiosero, con sus flores blancas o violáceas, dignas de ser secadas entre las páginas del *Buscón*; los cardos hoscos con sus pompones morados. En el cielo azul, por entre los claros del ramaje, allá arriba, a doscientas varas sobre el río, se yerguen el alcázar, la torre de la catedral, la torre esbelúsima de San Esteban..." (Azorín, 1960, p. 74).

Ejemplo de descripción topográfica:

"Doña Inés va recostada en el fondo del coche, las cortinillas están corridas...

Más tarde, la rendija de la ventanilla deja ver otro espectáculo. De la cima de una montaña descende en abombamiento ligero una ladera cubierta de verde. La hierba corta y fresca forma un tapiz aterciopelado. De una parte cierra el pradecillo una cerca de toscas piedras sin argamasa. La albarrada es baja y se aleja sinuosamente hasta llegar a un arroyuelo que discurre en lo hondo,

ahocinado entre peñas. En las márgenes del regato, de un espeso zarzal surgen los troncos de ocho o diez álamos negros...

A lo lejos, más tarde, asoma ya resaltando en el cielo la cuadrada torre de la catedral. El coche llega a Segovia." (Ibid, p. 25)

Ejemplo de descripción cinematográfica:

"Pero el enemigo, escondido a millaradas, desgrana sus ametralladoras, y los hombres de Demetrio caen como espigas cortadas por la hoz.

Demetrio derrama lágrimas de rabia y de dolor cuando Anastasio resbala lentamente de su caballo, sin exhalar una queja, y se queda tendido inmóvil. Venancio cae a su lado, con el pecho horriblemente abierto por la ametralladora, y el Meco se desbarranca y rueda al fondo del abismo. De repente Demetrio se encuentra solo. Las balas zumban en sus oídos como una granizada..."(Azuela, 1984, p. 209)

Ejercicios para la descripción escrita

1. Presentar descripciones de autores reconocidos para que se observe la utilización de adjetivos y frases calificativas; así como la puntuación empleada. También se podrá descubrir el tipo de impresión y sentimientos que el autor deseaba dejar en el lector.
2. Presentar diferentes tipos de descripciones para que sean clasificadas.
3. Realizar la descripción de sitios, objetos o personas evocados.
4. Describir láminas. Luego tomar una de las descripciones hechas y escribirla en una pizarra para en conjunto observar los aciertos y faltas del trabajo.
5. Describir un día cualquiera de la vida de cada descriptor.
6. Hacer un retrato de un compañero.
7. Describir un atardecer en el campo, en el que se destaque el color que adquieren las cosas por la acción de los últimos reflejos solares.
8. Describir un día de feria, tratando de que aparezcan sensaciones auditivas, olfativas, táctiles, etc.
9. Escribir adivinanzas, describiendo frutas y animales.
10. Describir un desfile, procesión o baile.

CAPITULO IV

La Narración El proceso narrativo

1 Narrar es contar un hecho o suceso con habilidad, de tal modo que se mantenga constante la atención del lector. El que narra debe excitar el interés, mantener la atención, despertar la curiosidad.

"La narración es una escena compleja y, también, un encadenamiento de escenas" (Vivaldi, 1982, p. 380). La narración intenta averiguar o conocer, además de las acciones, sus causas morales; los sentimientos, el carácter que impulsa a actuar a los personajes en un sentido determinado.

El narrador debe ser original, buscar en cada tema lo novedoso, lo imprevisto, lo que interese al lector.

2 Otra de las condiciones de una buena narración es la verosimilitud. Se trata de narrar lo conocido, aunque no necesariamente, de realizar una exacta reproducción. Es evocar lo conocido, aquello de lo que tenemos experiencia propia. Incluso los más fantásticos relatos tienen que apoyarse en esa ley de la verdad.

3 En el caso de tener que narrar un suceso del que no hemos sido testigos presenciales, debemos contar *el asunto tal y como nos lo hayan narrado, quienes lo vivieron y lo vieron*. Como ayuda, la imaginación puede servirnos, siempre que tengamos en cuenta situaciones análogas a la narrada. Es preciso que los hechos parezcan verdaderos para ser comprendidos.

Elementos esenciales
en la narración

- personajes
- ambiente
- acción

4 Los personajes representan el eje de desarrollo del tema narrativo. Deben ser pintados con exactitud. Para ser interesantes deben tener una personalidad representativa. La primera condición fundamental del narrador es la de ver los tipos y acertar a reflejarlos en sus rasgos característicos. Los personajes son indispensables para el cumplimiento de las acciones e interesa tanto su aspecto exterior como su aspecto interior.

5 El ambiente es el marco de la narración. Debemos utilizar ambientes conocidos para saber destacar los datos esenciales, los que verdaderamente matizan y dan carácter a una situación determinada.

La acción es un elemento fundamental de lo narrado, por ello se prefieren los verbos de movimiento.

Partes de la
Narración

- Introducción
- Desarrollo
- Conclusión

En la introducción se hace una presentación de lo que se va a narrar. Se suele empezar por lo más interesante y novedoso. El buen comienzo es esencial en toda narración. Conviene despertar la curiosidad del lector desde el primer momento, por eso la primera escena tiene que ser de las más interesantes y sugestivas. La historia puede comenzar por el final o por el medio.

En el desarrollo es importante no explicar demasiado, porque una narración no debe confundirse con una información, ni con un comentario. Narrar no es explicar, sino sugerir, es decir, explicar a medias para que el lector colabore con el autor en la comprensión del relato.

En cuanto al final puede ser impreciso y debe ser hasta cierto punto imprevisto. Terminar sin terminar, porque es recomendable que la buena narración no tenga un final definitivo, seco, sino indeterminado.

En el desarrollo de una narración, pueden aparecer diálogos o monólogos. Un buen diálogo basta para describir a un personaje: por lo que dice y por lo que calla, por su modo de hablar, por el gesto que acompaña a la expresión, por sus verdades y sus mentiras. El diálogo debe ser natural y significativo: ha de responder al modo de ser del personaje y el sentido de lo que dice al carácter del que habla y la situación en que se encuentra.

El monólogo se emplea para revelar estados de conciencia. El personaje no habla para otros personajes; sino que habla para sus adentros.

Ejemplo de narración con diálogo:

" - Mamá, ¿Me das la plata para el camión? Y quince más para comprar algo. A veces me da mucha hambre.

- ¿Pero creés que somos millonarios? Y después llegás a la casa y no comés, lleno de quien sabe qué cochinas en la calle. Tomá cincuenta y ni un cinco más. A ver si aprendés a ahorrar.

- ¿Y me firmaste el recado de la maestra?

- ¡Bonitas cosas a firmar me traés! Recados sobre tu malacrianza. Todavía no le he dicho nada a tu papá para que no te apalee. Ya sabés cómo reacciona cuando está de mal genio. Y hoy las pulgas no andan bien. Procurá, muchacho, cambiar, portate mejor. Hacelo por mí.

- Si no fue nada. Es que la maestra es una majadera. Todo por un chicle bomba. No sé por qué tiene que complicar tanto las cosas la Niña y venir con recados impertinentes. Es una vieja necia.

- ¡Ya empezás con las malacrianzas! Esos comentarios no están bien. Es una persona mayor y ¡la maestra! La debés respetar. Ella está procurando enseñarte. Claro que es algo majadera y sobre todo cuando de pedir se trata, no tiene consideración a nadie. Pero la vida enseña que hay que ser con todos bueno, hasta con los que te reprenden. ¿Entendés?.

- Bueno. Hoy empecé con mala pata, ya me regañaste y así seguirá todo el día.

- ¡Andate rápido y directo a la escuela! ¡Que te vaya bien! " (Naranjo, 1974, p. 11)

Este diálogo pertenece a la obra *Los perros no ladraron* de la escritora costarricense Carmen Naranjo. Es una novela estructurada en diálogos.

En el ejemplo anterior, la simple lectura nos muestra dos personajes: la madre, hablantina y regañona y el hijo, tranquilo, no le preocupa la situación económica de la familia, trae quejas de la escuela, considera necia y majadera a su maestra. Los dos personajes utilizan

un lenguaje popular, voseo y decires: "hoy las pulgas no andan bien" para dar a entender que el marido anda de mal genio, "Hoy empecé con mala pata", para indicar que empezó mal.

A veces el diálogo se presenta dentro de la narración, corto y significativo.

" Otro día que vino en busca de Eduardo, en vez de entretenerse como antes en tamborilear, me espetó de pronto:

- Yo tenía otra opinión de ti. ¿No te interesa saber lo que pasaba?

- ¿y a mí qué...? Todos me creen... tonta, muda, sosa... ¡qué sé yo! Para que me lo repitas tú también, no hace falta que gastes tu saliva, ¡tanto se me da!

Me exasperaba de Felipe que me hiciera hablar más de la cuenta, más de lo acostumbrado. Las palabras son mi pensamiento, en mi imaginación, se me salen a borbotones, como empujadas por sus propios impulsos..." (Vallbona, 1967, p. 41).

Ejemplos de monólogo aparecen en la obra *El viejo y el mar* de Ernest Hemingway, donde el viejo solo en altamar, habla en voz alta:

"Estaba cómodo, pero sufría, aunque era incapaz de confesar su sufrimiento

-No soy religioso- dijo -Pero rezaría diez Padresnuestros y diez Avemarías por pescar este pez y prometo hacer una peregrinación a la virgen del Cobre si lo pesco. Lo prometo" (Hemingway, 1972,p. 59).

"-Tengo que mantener clara la mente- dijo contra la madera de la proa. -Soy un hombre viejo y cansado. Pero he matado a este pez que es mi hermano y ahora tengo que terminar la faena" (Ibid, p. 89)

La narración puede estar en primera o tercera persona según sea el narrador personaje o espectador de las escenas que narra. El relato en primera persona se llama autobiográfico.

Ejemplo:

"En esos años intenté recuperar el tiempo perdido. Estudiaba bachillerato en una academia vespertina para obtener un diploma que después no me sirvió de nada, pero entonces me parecía indispensable. Trabajaba durante el día como secretaria en la fábrica de uniformes militares y por las noches llenaba mis cuadernos de cuentos" (Allende, 1988,p. 207).

En toda narración lo importante es el suceso que se cuenta. Sin embargo, muchas de ellas presentan descripciones como parte de la narración misma.

En el caso de personas que están empezando a narrar, conviene que realicen prácticas orales antes de escribir un relato.

9 La narración Oral

Consiste en contar sucesos que le han ocurrido a la persona que narra o a otras personas, narrar pasajes de películas o de obras literarias.

Aquí, como en la descripción, debe usarse un vocabulario preciso y si en aquella eran fundamentales los sustantivos, los adjetivos y las construcciones nominales; en la narración son indispensables las formas verbales, por medio de las cuales se da el tiempo narrativo.

Los temas pueden tomarse de asuntos leídos, vistos o imaginados. Los cuentos, novelas, leyendas y anécdotas ofrecen material muy variado para realizar narraciones.

10) La narración oral requiere dominio de vocabulario, fluidez y expresividad. Para practicar este tipo de narración se sugiere los siguientes ejercicios:

1. Narrar cuentos frente a un grupo.
2. Una persona inicia una narración que debe ser continuada por otro y concluida por un tercero.
3. Leer un poema o poner una canción y que alguien saque de ellos una frase motivadora y con ella haga un relato oral.
4. Dar el ambiente y/o los personajes y pedir que se narre con base en los elementos dados.
5. Poner una secuencia de láminas y pedir a una o a varias personas, la elaboración de una narración con base en ellas.

11) La narración escrita:

Como se dijo, narrar es contar una o varias acciones. La narración se caracteriza por su unidad y movimiento. La unidad se consigue eligiendo un centro de interés común a las ideas y los hechos. El centro de interés puede ser un suceso, un personaje o la acción misma. Los verbos juegan un papel muy importante, así como la puntuación, pues de ella depende mucho la comprensión de los hechos narrados. El estilo debe ser espontáneo, jovial, alegre y comunicativo. Si los sucesos son contados por el autor se emplea el estilo indirecto, pero si aparecen a cargo de uno de los personajes, el estilo es directo.

Ejemplo de estilo indirecto: (subrayado)

"Pero antes de despedirse de Montilla había recobrado el dominio, y le pidió que llevara a Turbaco la plana mayor de sus partidarios para ventilar el desacuerdo. Todavía los estaba esperando cuando el general Carreño le llevó el rumor de que Joaquín Mosquera había asumido la presidencia. Él se dio una palmada en la frente" (García, 1989, p. 155).

Ejemplo de estilo directo:

"-¿Puedo entrar?

-No, déjame

-¿Qué te pasa?

-Nada

-¿Y por qué no me dejás entrar? (Gutiérrez, 1976, p. 158).

12) En la narración precisan los mismos cuidados formales que para cualquier escrito: frases completas, preferentemente cortas; puntuación y adjetivación adecuadas; evitar repeticiones innecesarias. Los signos de entonación (interrogación, admiración y puntos suspensivos) deben emplearse porque nos sirven para pintar mejor al personaje.

Algunos autores, entre ellos: Fernando Lázaro Carreter, Virginia Sandoval de Fonseca e Isaac Felipe Azofeifa, recomiendan que, antes de escribir un relato, se trace el esquema del mismo, repartiendo la acción en dos o tres escenas fundamentales que habrá que ordenar y

graduar, según su importancia, dentro del conjunto. El plan debe ser claro, lógico, completo y preciso.

Veamos la distribución que hace Alfonso Reyes (1956, pp.135-137) en su magnífico ensayo "Fuga de Navidad":

- I Tiempo ambiental (frío, nieve, atmósfera densa, cielo azul...).
- II El pino (adornos).
- III El portal (pasito y adornos).
- IV Ambiente festivo (gente, regalos, escaparates, pavos...).
- V San Nicolás (zapatitos), recuerdos.
- VI El hombre, su navidad fuera del hogar, lo que fue...

Lo propio de la narrativa es contar una historia y para esto necesita la mediación de un narrador. El narrador no es el autor. El autor es el escritor (con existencia real, es una persona física). El narrador organiza el relato, decide qué personajes participan en los sucesos, en qué espacio y tiempo ubica los hechos, cómo es el carácter de los personajes, si habla él en vez de estos. El narrador no tiene existencia real, sino que es un elemento del mundo de ficción, sirve de intermediario entre el mundo ficticio y los lectores. Hay tres tipos de narradores:

- a. El que sabe más que los personajes. Cuenta todo y sabe todo, se le llama "omnisciente".
- b. El que sabe lo mismo que los personajes. Puede ser porque es "testigo" o "protagonista" y sólo puede contar lo que ha visto o le ha ocurrido.
- c. El que sabe menos que los personajes. En estos casos los personajes intervienen para dar los detalles.

Ejercicios que se sugieren:

1. Tomar relatos y marcar la introducción, desarrollo y conclusión.
2. Leer un cuento en forma inconclusa para que el grupo narre la conclusión del relato.
3. Presentar introducciones y dejar que el grupo realice el desarrollo y conclusión del relato.
4. Presentar relatos para que se analicen personajes, ambiente, acción y tiempo verbal.
5. Presentar frases motivadoras o una lámina para que de ella se extraigan frases que motiven a relatar.
6. Escribir una narración autobiográfica, contar un pasaje de la vida.
7. Presentar un fragmento de un cuento, en tiempo pasado, para que se reescriba en tiempo presente.
8. Dar una serie de temas y pedir que se desarrolle uno.
9. Leer un suceso en que intervengan dos o tres personajes y pedir que sea escrito en forma de diálogo o a la inversa.
10. Escribir un relato en que aparezca un monólogo.

CAPITULO V

La Carta

Es uno de los géneros literarios más antiguos que se conocen. Mediante este tipo de comunicación, podemos expresar nuestras inquietudes a personas ausentes, de una manera formal o espontánea.

En las cartas, es necesario respetar dos exigencias: la capacidad de comprender la situación y la capacidad de dominar la expresión, requisitos que involucran al fondo y a la forma.

La claridad, la concisión, la coherencia, la cortesía, la corrección, el lenguaje estimulante y actualizado son aspectos que debemos tomar en cuenta al redactar una carta. Estos elementos contribuyen a proyectar una imagen positiva del emisor.

Tipo de cartas

Las cartas pueden ser de diversas clases: privadas y familiares, administrativas, comerciales o de negocios, políticas, literarias...

Aunque existen tantos tipos de cartas, en este estudio nos referiremos a la carta privada y familiar y a la carta comercial.

La carta privada y familiar

A este tipo de correspondencia, también se le denomina carta personal. Es la que tiene mayor semejanza con el lenguaje hablado; por consiguiente, su lenguaje debe ser sencillo, natural, sincero y afectivo, de acuerdo con la relación existente con el destinatario.

Las características generales de una carta personal son las siguientes:

1. Su aspecto externo debe contener estos elementos: lugar y fecha, salutación, introducción, desarrollo del tema, despedida y firma.
2. El lenguaje debe ser sencillo y natural.
3. Debe evitarse el encadenamiento de ideas en un mismo párrafo.

La carta comercial

En este tipo de carta, el lenguaje, el tono y la presentación son de mucha importancia. El lenguaje debe ser claro, conciso y preciso.

Aunque el aspecto formal es muy importante en las cartas de esta naturaleza, lo medular es su contenido.

El estilo debe cuidarse, no solo para conseguir una buena presentación, sino para **obtener** una impresión favorable por parte del destinatario.

En esta clase de correspondencia, debe haber un objetivo muy concreto: resolver un **negocio**.

Esta carta tiene, generalmente, un esquema fijo; consta de las siguientes partes: membrete, fecha, destinatario, referencia, saludo, texto o cuerpo, conclusión, despedida, firma e iniciales de identificación.

Esquema de cartas

Aunque ya enunciamos los aspectos característicos de la correspondencia personal y comercial y, además, presentamos los esquemas respectivos, ofrecemos a continuación el plan de una carta. Este es un plan general aplicable a cualquier misiva.

1. Localidad, día, mes y año; es decir, el lugar y la fecha exactos. Esto corresponde a la data.

Se recomienda escribirla en la parte superior y a la derecha de la hoja empleada; debe distribuirse de forma que llegue al margen derecho.

La fecha debe anotarse completa y en el orden señalado.

2. Título, nombre y residencia del destinatario.

Se dejan por lo menos dos espacios en blanco, y partiendo del margen izquierdo, se anota el encabezamiento en este orden: en primera instancia, el tratamiento correspondiente: (Señor, Señora, Señorita) y el título académico de la persona (si lo posee); en el segundo renglón, se anota el tratamiento de cortesía (Don o Doña) y el nombre del destinatario.

Si la carta es para un funcionario, el cargo que éste desempeña irá en el tercer renglón; en el último, se anotará el lugar de destino.

Cuando la carta se dirige a la misma localidad, se suele escribir ciudad o presente.

3. Saludo inicial

Este saludo también se escribe a la izquierda, partiendo del margen, uno o dos renglones más abajo de la mención de residencia del destinatario. Este saludo puede redactarse de modo diverso:

Estimado amigo:
Respetable señor:
Distinguida dama:
Querida señora:, etc.

4. . Cuerpo de la carta

A continuación del saludo inicial, se deja otro espacio en blanco y se incluye el texto de la carta, dividido en párrafos. Cada párrafo puede empezarse dejando sangría. para esto, se sigue la línea vertical imaginaria que encabezan los dos puntos anotaados inmediatamente después del saludo. Esto se efectúa en el primer párrafo y luego, al dividir los restantes, se deja la sangría habitual (cinco espacios) en los demás párrafos o se continúa con la misma empleada al inicio.

5. Saludo Final

Este aparte debe ser una sincera demostración de cortesía. Debe escribirse sin abreviaturas. Actualmente se prefieren los despidos breves y sencillos. Se mecanografan en línea aparte, separados por dos espacios del texto de la carta.

Ejemplos: Respetuosamente, Atentamente, Esperamos sus gratas noticias, Su amigo de siempre, Con toda consideración, etc.

6. Firma y rúbrica

Se ubican al pie de la carta, hacia la derecha; en la misma dirección del principio de la data, se anotaará la firma del remitente. Debajo de ella, cuando se trate de cartas comerciales o administrativas conviene indicar la casa comercial, o el nombre de quien remite y su posición administrativa.

Modelos de cartas familiares

La clasificación de este tipo de cartas es muy extensa, rebasa los límites de este documento. Por consiguiente, los modelos que presentaremos obedecen estrictamente a los objetivos propuestos al elaborar este texto.

Se pretende que estos modelos sirvan de guía para redactar las cartas similares que interesen.

Carta de presentación

San Ramón, ... de ... de ..

Señor
Luis Avilés
Secretario General de A.E.S
San José

Estimado amigo:

El portador de la presente es mi amigo Pedro Sánchez. Él desea comunicarte un asunto que lo afecta. Pedro cree que le puedes ayudar mucho.

Te ruego dedicarle unos momentos y colaborar con él en todo lo que esté a tu alcance.

Atentamente,

Juan Varela

Carta de agradecimiento

Alajuela, ... de ... de ...

Señorita
Marta Fonseca
Gerente de Coopeca
Cartago

Apreciada Marta:

Le agradezco mucho la favorable acogida que usted brindó a mi recomendado José Aguilar. Él, muy satisfecho, me acaba de manifestar que la próxima semana formará parte del personal que usted dirige.

La saluda atentamente,

Carlos Amador

Carta de felicitación

Heredia, ... de ... de ...

Señor
Edgardo Espinoza
Ciudad

Estimado Edgardo:

Me acabo de enterar de su designación para ocupar el cargo de Director General de Comunicaciones.

Lo felicito por tal nombramiento y le manifiesto mi complacencia al respecto, pues usted reúne todas las condiciones pertinentes al puesto en cuestión.

Estoy seguro de que su labor dignificará la susodicha Dirección.

Le deseo muchos éxitos en el desempeño de sus nuevas funciones

Con toda consideración,

Martín Martínez

Carta de permiso

Guanacaste, ... de ... de ...

Señor Licenciado
Don Rolando Zeledón
Director del Instituto Santa Fe
Presente

Estimado señor:

El próximo veinticuatro del mes en curso, debo asistir a una cita médica. Por lo tanto, ruégole concederme permiso para no asistir al Instituto ese día.

Posteriormente, le indicaré el mecanismo que emplearé para reponer el trabajo correspondiente a esa fecha.

Con todo respeto,

Juan Acevedo

Carta de rechazo

Limón, ... de ... de ...

Señor
Carlos Rojas
Palmares

Estimado señor:

Lamento mucho no estar en condiciones de facilitarte el favor que me solicitas. Estos momentos son bastante difíciles para mí, pues debo realizar el pago de una deuda considerable.

Si mi situación fuera mejor, con mucho gusto te concedería el préstamo. Espero que comprendas la razón de mi negativa.

Sinceramente,

José Godínez

Carta de aceptación

Atenas, ... de ... de ...

Señora
Luisa Barrantes
Sarchí

Querida amiga:

Con mucho gusto, me apersonaré, si Dios quiere, a la actividad que usted está preparando, con motivo de la inauguración de su casa.

Le agradezco mucho la distinción que me hace, al considerarme entre sus invitados predilectos.

Espero que sea muy feliz en su nueva residencia.

Cariñosamente,

Juana Solís

Modelos de cartas comerciales

Al igual que las cartas familiares, la clasificación de este tipo de correspondencia es muy vasta. No obstante, para los efectos de este trabajo, nos limitaremos a presentar modelos referentes a la oferta de servicios, a la solicitud de información, al reclamo y a la circular.

Carta de oferta de servicios

Ciudad Quesada, ... de ... de ...

Señor
Don José Sotomayor
Gerente de Inversiones Unidas
San José

Distinguido señor:

Por medio de los periódicos nacionales, me enteré de que la empresa representada por usted necesita aumentar el personal. Por consiguiente, me permito ofrecerle mis servicios en forma incondicional, con el deseo de laborar muy responsablemente, y así hacerme acreedor a su estima y consideración.

Soy bachiller, poseo algunos conocimientos de inglés y contabilidad. Además, he aprobado algunos cursos de informática. En cuanto a mi conducta y moralidad, puedo ofrecer excelentes referencias.

Espero su favorable acogida.

Respetuosamente,

Rodolfo Amador

Carta de solicitud de información

Alajuela, ... de ... de ...

Señora
Roxana Rodríguez
Directora de Personal de A.S.A.
Ciudad

Distinguida señora:

La señorita Fernanda Fernández presentó una solicitud para trabajar en la empresa que yo represento. Mediante los atestados de esta dama, me enteré de que trabajó varios años con ustedes.

Le ruego brindarme su criterio acerca de la joven Fernández. Me interesa que se refiera a características de su personalidad: honradez, responsabilidad, iniciativa, dinamismo... También, deseo enterarme de las causas por las cuales dejó de laborar con ustedes.

La información que usted nos suministre será tratada con toda la confidencialidad del caso.

Atentamente,

Luis Pablo Rojas
Encargado de Personal

Carta de reclamo



Grecia,... de ... de ...

Señor
Julio Bermúdez
Encargado de Finanzas
Textiles S.A
San José

Estimado señor:

El dos de mayo recién pasado, le enviamos las mercancías que usted nos solicitó.

Hemos esperado, pacientemente, la cancelación de la factura. Sin embargo, no hemos recibido el importe respectivo, ni ninguna información acerca de esto. Por lo tanto, le agradecemos que nos comunique la causa de su silencio.

En espera de sus noticias, le saluda, atentamente,

Francisco Pérez
Representante de
M.O.S.

Carta Circular

UNIVERSIDAD DE COSTA RICA
SEDE DE OCCIDENTE
DEPARTAMENTO DE FILOSOFIA, ARTES Y LETRAS
SECCION DE FILOLOGIA

CIRCULAR A LA COMUNIDAD RAMONENSE

31 de mayo de 1991

Estimados señores:

En mil novecientos ochenta y nueve, informamos a la comunidad ramonense acerca del proyecto de extensión docente denominado "Oficina de Corrección de Estilo".

Este proyecto surgió en el seno de la Sección de Filología, no sólo como una inquietud de quienes la integramos, sino también a raíz de las sugerencias de otras personas de la comunidad, preocupadas por el deterioro que, en estos últimos años, ha experimentado nuestra lengua materna.

La Oficina permanece ubicada en el Museo de nuestra Universidad, sito frente al costado norte del parque. Actualmente, ofrece servicios al público los jueves y los viernes en horas de la mañana.

Con mucho agrado, revisaremos sus documentos escritos: cartas, actas, circulares, informes, resúmenes, trabajos de investigación cortos, carteles, etc., y ofrecemos recomendaciones para el mejoramiento estilístico de éstos.

Si usted ha utilizado este servicio, lo exhortamos a proseguir usándolo. Si nunca lo ha empleado, acérquese en el momento oportuno. Todos serán atendidos gustosamente y en forma gratuita.

Si tiene personal a su cargo, le solicitamos que nos conceda el favor de divulgar este proyecto en la institución que usted representa.

Les saludamos cordialmente,

Lic. Sonia Quesada S.
Coord. Sec. de Filología

Lic. Claudio Jiménez M.
Encargado del Proyecto

cc: M. Oscar Montanaro, Director Sede de Occidente.
Dr. Eliam Campos, Coord. F.A.L., Sede de Occidente.

CAPITULO VI

El acta

El acta es una reseña de los asuntos discutidos y acordados en una reunión.

Casi siempre se escriben a mano en los denominados libros de actas. Actualmente, existe la tendencia a escribirlas a máquina.

Existen actas textuales en las que aparecen prácticamente todos los pormenores de la reunión. Sin embargo, las más usuales son aquellas donde solamente se anotan los puntos básicos discutidos y los acuerdos.

Cuando algún participante desea que sus palabras sean escritas textualmente, debe manifestarlo.

Las actas constan de tres partes: encabezamiento, cuerpo o desarrollo y cierre o conclusión.

El encabezamiento está compuesto de los siguientes aspectos: número de acta, nombre de la agrupación reunida, fecha, hora, lugar de reunión, nombre de los asistentes, de los ausentes, de la persona que preside y el del secretario. También, se debe anotar los nombres de las personas que justificaron su ausencia.

El cuerpo del acta se divide en artículos. Habrá tantos artículos, como asuntos se discutan.

Los acuerdos de cada punto o artículo deben escribirse en párrafos aparte. Si es un acuerdo firme, debe indicarse.

Los acuerdos de las actas son nulos sin las firmas del Presidente y del Secretario.

El final es el último párrafo. Aquí se indica la hora en que se clausura la sesión.

Es necesario utilizar un lenguaje claro y comprensible, no modificar ni tergiversar las palabras escuchadas en la reunión, no mencionar detalles insignificantes y escribir con letra las cantidades, las fechas, las horas y los años.

Acta N° 3

Acta número tres de la Asamblea Extraordinaria, celebrada por la Directiva de la Central de Informática de San Fermín en el local de costumbre, a las diecinueve horas del trece de mayo de mil novecientos noventa y uno, con asistencia de José Palacios quien presidió, Carlos López, José Carvajal, Luis Rojas y del secretario que suscribe. Excusaron su ausencia los señores Abel Granados y Rafael Solano.

Orden del día

1. Lectura y aprobación del acta anterior.
2. Elección de un nuevo miembro.
3. Compra de dos computadoras.

Artículo 1.

Se lee y aprueba el acta anterior.

Artículo 2.

El señor José Palacios se refiere a la necesidad de nombrar nuevo tesorero, debido a que Abel Granados presentó su renuncia, pues se trasladó de domicilio y le es imposible seguir fungiendo en el cargo.

Palacios propone como sustituto al señor Carlos López. Su propuesta es acogida, se somete a votación y se acuerda:

- 2.1 El señor López será el nuevo tesorero del Centro de Informática. Este acuerdo es acogido por unanimidad y tiene carácter de firme.

Artículo 3.

El nuevo tesorero presenta una propuesta para comprar dos microcomputadoras más para la Central de Informática.

Se comenta acerca de la necesidad de aumentar el equipo de la Central y se acuerda:

- 3.1 El dinero existente en las Arcas del Centro de Informática se destinará a la compra de dos microcomputadoras.
- 3.2 Las microcomputadoras serán adquiridas en INFO S.A., pues dicha empresa ofreció una cotización muy favorable.

Ambos acuerdos son firmes.

La sesión se clausura a las veinte horas y cinco minutos.

José Palacios
Presidente

Alberto Rojas
Secretario

CAPITULO VII

El informe

Es un tipo de comunicación destinado a presentar un resumen de hechos pasados o presentes. También puede referirse a hechos previsible.

Este documento se utiliza, especialmente, para transmitir información, presentar conclusiones y ofrecer recomendaciones.

Clasificación

De acuerdo con el contenido y sus objetivos, existen tres clases de informes: informe expositivo, informe interpretativo e informe demostrativo.

En el informe expositivo, el redactor se limita a transmitir información sin analizarla. En el segundo, la persona redactora además de describir una información o exponer un problema, ofrece interpretaciones o explicaciones acerca de lo descrito. En el tercero, se ofrece información abundante y explícita para determinar con precisión la tesis que se plantea.

De acuerdo con su extensión y complejidad, los informes se clasifican en formales y no formales.

Los formales, por lo general, son extensos y complejos en su contenido. Requieren de muchas exigencias en su presentación. Los no formales son más simples y requieren de menos exigencias.

Guión General

Aunque no existe un guión modelo que sea válido para todos los casos, se aconseja seguir el siguiente esquema:

1. La introducción o motivación.
2. El informe propiamente dicho.
3. El final (conclusiones y recomendaciones).

Presentación de un informe

Aunque, como ya dijimos, no existe un guión válido para todos los casos, un informe corriente suele ser presentado en forma de carta o memorando. No obstante, existen informes que requieren de una estructura formal más complicada, tal puede ser el caso de una

investigación exhaustiva, donde se exige una redacción extensa y una presentación muy formal. Al elaborar un informe de esta magnitud, se requiere de esquemas más complejos, como el que se anotará seguidamente.

Tal esquema es una compilación de diversos aportes acerca de la elaboración de un informe. Las fuentes bibliográficas correspondientes aparecen al final de este estudio.

Esquema para elaborar un informe muy formal

1. Material de entrada
 - Cubierta: Protege el informe. Contiene el título y el nombre de la organización.
 - Guarda: Hoja de papel en blanco.
 - Portadilla: Contiene el título del informe.
 - Portada o carátula: Contiene todos los datos relacionados con el informe: título, nombre del autor, fecha de culminación, lugar de publicación, nombre del organismo responsable, etc.
 - Carta de presentación: Aquí, el autor presenta el informe al jefe o a quien ordenó la investigación. Esta carta puede sustituir al prefacio.
 - Prólogo: Es un comentario acerca del informe. Lo prepara una persona distinta del autor.
 - Prefacio: También es un comentario y explicación de la estructura del informe. Lo prepara el autor. Se recomienda redactarlo en primera persona del singular.
 - Reconocimiento: En este aparte, el autor del informe agradece a las personas o a las instituciones que colaboraron desinteresadamente en la preparación del trabajo.
 - Resumen: Contiene las partes básicas del informe.
 - Tabla de contenido: Es una tabla de materias donde se indica el número de página en la que se encuentra la exposición de cada asunto.

2. Informe propiamente dicho
 - Introducción: Tiene como fin primordial, establecer contacto entre el lector y el autor. Generalmente, contiene el propósito de la investigación, los antecedentes del problema, las limitaciones del trabajo, las fuentes de información, el método de trabajo, los resultados, las conclusiones y las recomendaciones.
 - Cuerpo del informe: Está constituido por la presentación del problema o exposición de los hechos.

El contenido del cuerpo se divide en capítulos. Cada capítulo debe desarrollar un solo tema. El título de cada sección debe reflejar exactamente el asunto tratado.

La presentación de los hechos debe hacerse en forma ordenada, lógica y coherente.

Al dividir los capítulos y partes del trabajo, se pueden seguir diferentes sistemas en la combinación de números y letras. Una vez elegido el sistema de divisiones, es necesario mantenerlo uniforme hasta el final.

- Sección final: Es un apartado con las conclusiones finales del trabajo y las respectivas recomendaciones, si las hay.
Las recomendaciones deben ser claras, breves y precisas. El redactor debe proponer con claridad cómo actuar, cuándo, dónde y quién.

3. Material accesorio.

- Apéndices: Son agregados que ofrecen información muy relacionada con el cuerpo del informe, pero no indispensables para su comprensión.
- Glosario: Es una lista de las palabras especiales o tecnicismos utilizados en el informe. Debe ordenarse alfabéticamente.
- Índice de materias: Es una lista de los temas que se desarrollan en el informe.
- Bibliografía: Es la lista de publicaciones cuyo contenido está relacionado con el tema tratado.

Ejemplo de un informe

A continuación, ofrecemos un ejemplo de un informe. La brevedad y sencillez de éste responde a motivos ya explicados. Ejemplificar un informe siguiendo el esquema que acabamos de anotar, va más allá de las dimensiones de este texto, y podría ser el objetivo de un próximo trabajo.

Informe

Introducción

La comisión seleccionada para indagar acerca del bajo rendimiento en matemática del grupo 8-4, integrada por los estudiantes José Santos, Luis Morales, Andrés López y Martín Sánchez, se reunió seis veces en el mes de abril con el fin de efectuar lo encomendado. En primera instancia, se nombró un coordinador y un secretario. El cargo de coordinador recayó en el compañero Andrés López; el de secretario, en la persona que suscribe.

Cuerpo

El trabajo se dividió en las siguientes partes:

1. Discusión informal con los compañeros de la sección 8-4.
2. Encuesta a los profesores de Matemática de la institución.
3. Encuesta a diez estudiantes de la sección 8-4.
4. Encuesta a diez estudiantes de otra sección en donde imparte lecciones el profesor de Matemática de la sección 8-4.
5. Estudio de los datos obtenidos.
6. Recomendaciones.

El resultado de las encuestas practicadas, veinticuatro en total, arroja los siguientes datos:

1.	Ambiente inadecuado para estudiar	18
2.	Malas bases en Matemática	15
3.	Excesivos contenidos programáticos	15
4.	Falta de preparación del profesor	0
5.	Desinterés por la matemática	10
6.	Carencia de bibliografía	15
7.	Falta de tiempo para estudiar	10

Los datos obtenidos en la encuesta aplicada permiten inferir lo siguiente:

1. Los estudiantes no poseen un ambiente apto para estudiar.
2. Los estudiantes llegaron a segundo año con muy malas bases en Matemática.
3. Los programas están recargados de contenido.
4. No existe suficiente interés hacia las Matemáticas.
5. La biblioteca no cuenta con una bibliografía apropiada.
6. Muchos estudiantes no disponen de tiempo para estudiar.
7. Los estudiantes están satisfechos con el profesor de Matemática.

Con base en el análisis realizado, la Comisión recomienda:

1. Elaborar una lista con las principales fuentes bibliográficas pertinentes al programa de Matemática de octavo año y solicitar a las autoridades correspondientes, la adquisición de los libros.
2. Solicitar a los alumnos aventajados en Matemática la preparación de centros de recuperación, especialmente para quienes llevan notas inferiores a sesenta.
3. Acondicionar una de las aulas para que los alumnos que no poseen un lugar adecuado para estudiar, puedan recurrir a ésta.
4. Solicitar al profesor de Matemática, la aplicación de técnicas metodológicas que tiendan a despertar el interés hacia esa disciplina.
5. Solicitar al Departamento de Orientación la búsqueda de ayuda económica para los estudiantes de escasos recursos económicos.

Luis Morales
Secretario

CAPITULO VIII

La referencia bibliográfica y las fichas de lectura

La referencia bibliográfica

Todo trabajo de investigación debe presentar la lista de fuentes consultadas, tanto para identificar a quienes hicieron estos documentos de donde se obtuvieron datos de interés, como para respaldar las opiniones y criterios emitidos.

Además, las listas de libros y otras fuentes consultadas ofrecen a los lectores la oportunidad de profundizar algunos temas, verificar datos y ampliar su conocimiento.

"Las referencias bibliográficas son una serie de elementos básicos que permiten identificar una publicación" (Van Patten, 1979, p. 84). En la referencia bibliográfica se anotan en forma ordenada y completa las partes esenciales del documento que sirve para identificar el impreso.

Hay diversas formas para identificar las referencias bibliográficas; pero lo ideal es normalizar la manera de hacerlo para dar mayor consistencia y facilidad en la interpretación de los datos:

1º Apellidos (coma) nombre del autor.
Ej. Sánchez, Luis Alberto.

Si son dos autores se separan por la conjunción "y"
Ej. Rodino, Ana María y Ross, Ronald.

Si son tres los autores, se separan los dos primeros por punto y coma y el segundo del tercero por la "y".
Ej. Santamaría, Andrés; Cuartos, Augusto y Mangada, Joaquín.

Si son más de tres los autores, se indica el primero y se agregan las palabras "y otros" (Ibid: 85).

2º Título de la obra (subrayado).
Ej. Azuela, Mariano. *Los de abajo*.

3º Edición.
Si el libro se ha editado más de una vez, se coloca el número de edición después del

título, con números arábigos y la abreviación ed. La primera edición no se anota. Se separa del título por un punto.

Ej. Sánchez, Luis Alberto. *Breve tratado de Literatura General*. 19 ed.

4º Pie de imprenta.

Incluye el lugar de la edición, editorial o imprenta y año de publicación.

Se cita el lugar y no el país por ejemplo: San José y no Costa Rica. El lugar se anota separándolo por un punto del título o la edición.

La editorial se escribe eliminando las partículas o palabras adicionales por ejemplo: Compañía, e hijos, Sociedad Anónima. La editorial se separa del lugar con dos puntos.

Después de la editorial se anota una coma y se escribe el año en que se publicó el libro. Si no aparece esta fecha se utiliza el año del COPYRIGHT (derechos del autor) que aparece en el reverso de la portada. La presentación de la referencia bibliográfica debe iniciarse con el apellido del autor en el margen y en caso de continuar en el segundo renglón, se deja una sangría de cinco espacios.

Ej. Vivaldi, Martín. *Curso de Redacción*, 19 ed. Madrid: Paraninfo, 1983.

Todos los elementos de una referencia bibliográfica deben estar a espacio seguido y separados por 2 espacios entre una y otra.

Publicaciones Periódicas

Se incluyen aquí las revistas, boletines, anuarios, periódicos y todo tipo de material que se publique con cierta frecuencia" (Ibid: 89).

Ejemplo de ficha bibliográfica de revista:

Orgambide, Pedro. (*autor*) "Política y Cultura en América Latina". (*título*) *Cambio*, (*fuentes consultada*) 1(*volumen*) (3)(*número*):5-17, (*página*) abr-jun, (*meses*) 1976 (*año*).

El autor se anota igual que en los libros. El título que se escribe, es el del artículo (entre comillas). Se separa del autor por un punto.

El nombre de la publicación subrayado y separado del título del artículo por un punto. El volumen se anota antes del número, para diferenciarlos se encierra este último entre paréntesis, se anotan dos puntos y después las páginas, sin dejar espacio entre ellos. Si se usó solo una página se pone el número de esta, pero si se usaron varias, se pone la primera, guión y el número de la última. Si no son consecutivas se separan por comas.

Ej. 5, 8, 17.

Se debe indicar el mes y el año en que se publicó. Los meses se anotan abreviados con las tres primeras letras y se separan del año de publicación con una coma.

Para un artículo de periódico (Azofeifa, 1979, p. 47):

Apellidos, Nombre. "Título del artículo". *Título del periódico*, (aclaración del lugar si es necesario.) Día, Mes, Año, Sec., Página.

Ej. Tovar, Enrique. "El Benemérito "Calufa"". *La Nación*. 25,5,91, De la Redacción., p.14A.

Las fichas de lectura

Las fichas se utilizan para recoger la información necesaria de fuentes bibliográficas, para realizar un trabajo. Estas fichas pueden ser de tres clases: la ficha bibliográfica, las fichas de documentación y las de fuentes personales (Van Patten, p. 103).

La ficha bibliográfica

Se recomienda que estas fichas tengan un tamaño de 7.5 x 12.5 cm y que sean de un material resistente, ya que se deben ordenar en forma vertical.

Esta ficha se hace al empezar una lectura. Debe indicar todos los detalles relativos a la fuente que se consulta. El orden de los datos en la ficha bibliográfica es el siguiente (Ibid:103):

1. Nombre del autor, con el apellido primero.
2. Título de la obra, subrayado.
3. La edición.
4. El lugar de publicación
5. La editorial
6. El año
7. El número total de páginas.

Esto se escribe en el frente de la ficha; en el reverso, se puede consignar un breve resumen de la obra y un juicio personal. A todos los libros consultados se les debe hacer esta ficha y ordenarlas alfabéticamente por autor, para constituir el fichero personal.

Las fichas documentales

Se usan para tomar notas después de haber leído, analizado y estudiado las fuentes bibliográficas. Se recomiendan de 15 cms por 10 cms, su tamaño es mayor que el de la ficha bibliográfica porque en ellas se escriben más datos (Ibid:105).

Las principales fichas documentales son (Azofeifa, 1979, pp.30-31):

- Cita textual.
- Glosa o comentario
- Resumen.

Para presentarlas se incluyen en la parte superior de la tarjeta, a la izquierda, como encabezamiento el tema o subtema al cual se refiere la nota de lectura. Si la nota se alarga, no es recomendable seguir escribiendo detrás de la tarjeta, se continúa en una nueva tarjeta, numerándola como corresponde. En la parte superior, a la derecha, se indica el tipo de ficha. Luego siguen las anotaciones y al pie del texto de la nota, hacia la derecha, la fuente de la ficha (autor, obra y página, nada más, con abreviatura o sin ella).

Cita textual

Es la transcripción literal de párrafos o fragmentos de algún autor, que nos parezcan de interés para nuestro trabajo. Se toma la nota textualmente cuando se considera que el autor dice algo en forma excelente o porque es una autoridad que va a apoyar nuestro pensamiento.

Estas citas son muy importantes ya que amplían y refuerzan las ideas expresadas en nuestros trabajos. Sin embargo, no se debe abusar de ellas, porque su uso excesivo o mal uso, empobrecen la investigación, es mejor que sean escasas y bien seleccionadas.

Ejemplo:

La novela de la ciudad	Ficha Textual
<p>"La novela de la ciudad en Hispanoamérica deriva en forma directa de la novela naturalista del siglo pasado. Los novelistas sudamericanos se dedicaron a describir, en primer término, el peor lado de la vida metropolitana: arrabales, casas de vecindad, centros de vicio, zonas portuarias, y así ad infinitum".</p> <p style="text-align: center;">Torres-Riosero, Arturo. <i>Nueva historia de la gran Literatura Iberoamericana</i> p.78.</p>	

Glosa o Comentario

En esta ficha se puede resumir nuestra opinión o las de otras personas, sobre algún tema específico. Se pueden establecer comparaciones entre la línea de pensamiento de varios autores; se incluyen críticas, interpretaciones o reacciones personales del investigador sobre lo que lee.

Para realizar esta ficha se debe tener cuidado de no mal interpretar la información que se presenta.

Esta ficha tiene el objeto de fijar ciertas líneas del pensamiento personal del investigador mientras lee.

Ejemplo:

El Modernismo
El movimiento modernista

Ficha Glosa o Comentario

Lo importante del movimiento modernista es que fue la primera contribución original de Hispanoamérica al mundo. Sin embargo, no se inspiró en lo nuestro sino que fue exótico, se sirvió de fuentes lejanas y sobre todo, fue artificial, porque no le interesaron los problemas americanos de analfabetismo, opresión y pobreza. Fue un movimiento afrancesado.

Torres-Riozero, Arturo. *Nueva historia de la gran Literatura Iberoamericana* p.87-89.

Resumen

Se recopilan las ideas principales, síntesis o esquemas de un determinado tema, para facilitar el estudio. Deben redactarse de manera sencilla y breve; pero muy clara y comprensible. El investigador resume por su cuenta la lectura procurando no cambiar las ideas .

Ejemplo:

Rubén Darío

Ficha Resumen

Darío escribió y publicó tres libros importantes: *Azul* (1881), *Prosas Profanas* (1896) y *Cantos de vida y esperanza* (1905) y tuvo tres amores: Rafaela Contreras, con quien tuvo un hijo, Rosario Murillo y Francisca Sánchez.

Torres-Riozero, Arturo. *Nueva historia de la gran Literatura Iberoamericana* p.104-106.

Ejercicios que se sugieren

1. Haga una ficha de cita textual y otra ficha con la nota de esa referencia bibliográfica.
2. Haga la referencia bibliográfica de tres libros, dos artículos de revista y dos de periódico.
3. Organice en referencias bibliográficas los datos que se dan a continuación de acuerdo con el patrón dado.

- a. Autor: Lic. Yadira Calvo
Título del artículo: El sexismo en la literatura.
Publicación: Mujer
Páginas: 2-7
Volumen y número: año 1 N°2
Fecha: agosto 1985
- b. Autor: Johannes Pfeiffer
Publicación: La Poesía
Editorial: Breviarios del Fondo de Cultura Económica
Fecha: 1966
Lugar: México D.F.
Edición: 4ª edición.
- c. Autor: Mayela Vásquez González
Título del artículo: El Realismo Mágico y lo Real Maravilloso
Volumen y número: volumen N°1, número N°2
Páginas: 7-8
Publicación: Palabras
Fecha: octubre 1989.
- d. Autor: Anónimo
Publicación: Poema de Mfo Cid
Edición: Primera edición
Editorial: Ediciones Publimedia, C.A.
Lugar: Caracas, Venezuela
Fecha: 1986
- e. Fecha: 1973
Edición: Primera edición
Lugar: San José, Costa Rica
Autor: Carlos Rafael Duverrán
Editorial: Costa Rica
Publicación: Poesía contemporánea de Costa Rica
Páginas: 443.

4. Corrija los errores que se presentan en las siguientes referencias bibliográficas. Reescriba correctamente cada una.
- a. Abelardo, Bonilla. *Historia de la Literatura Costarricense*. 1ª ed. Editorial Costa Rica: San José, 1967.
 - b. *Zalacaín el aventurero*. Pío Baroja. Madrid: Espasa-Calpe. 5ª ed., 1967.
 - c. Vallbona, Rima. *Ventana*. "Penélope en sus bodas de plata". 1(4): 12-14, oct 1984.
5. Lea un capítulo de un libro o un artículo de una revista y haga una ficha resumen y un comentario.

CAPITULO IX

La propaganda comercial

La publicidad hace esfuerzos para canalizar nuestras decisiones como compradores. Estos esfuerzos se aplican en un plano que escapa a nuestra conciencia, de modo que las incitaciones son frecuentemente "ocultas". Se nos influye y manipula en mayor medida de lo que nos damos cuenta.

Los persuasores profesionales se han apoderado del psicoanálisis de masas aplicado a campañas de persuasión, buscando métodos más eficaces para vender: artículos, ideas, actitudes, candidatos, metas o estados de ánimo.

Hay investigadores que se encargan de buscar los porqués de nuestra conducta, para manipular más eficazmente hábitos y preferencias.

Estos investigadores son llamados "motivacionales", tratan de indagar los motivos que inducen a elegir. Utilizan técnicas destinadas a llegar a lo inconsciente o subconsciente. El consumidor actúa de manera emotiva y compulsiva, reaccionando inconscientemente ante las imágenes y las ideas asociadas en el subconsciente con el producto.

"Los analistas motivacionales, al trabajar con los manipuladores de símbolos, hacen más profunda la venta de ideas y de artículos" (Packard, 1978, p. 14).

Ejemplo: Los fabricantes no venden jabón o crema para el cutis sino una promesa o una esperanza. Se promete belleza, hermosura... Entonces no compramos artículos sino ideas: prestigio, vitalidad...

La propaganda cumple una función vital al promover nuestro crecimiento económico, creando necesidades y deseos y la insatisfacción por lo viejo y pasado de moda.

Packard (1978, p. 14) se refiere a la venta de ocho necesidades ocultas:

1. Vender seguridad emocional

Por ejemplo para vender una refrigeradora; los investigadores averiguaron que la gente que se siente insegura necesita rodearse de más alimentos de los que puede ingerir, entonces aconsejan a los vendedores, que se refieran a este aspecto para vender las refrigeradoras: esta representa "la garantía de que siempre habrá comida en la casa y la comida en la casa representa la seguridad y el calor del hogar" (Ibid, p. 85).

2. Vender afirmación del propio valer

Por ejemplo para vender jabón en polvo el anunciante debe tener en cuenta que las mujeres tienen otros motivos para usar el jabón, además del deseo de limpieza y proteger sus

manos. Por lo tanto, debe fomentar el sentimiento femenino del valor y la estima, exaltando el papel de los trabajos domésticos.

3. Vender satisfacción por el propio yo

Un fabricante de maquinaria comprobó que sus ventas disminuían. En los anuncios aparecían sus gigantescas máquinas levantando enormes cargas de roca y tierra. Un estudio descubrió que los obreros se molestaban ante un anuncio que concedía todo el crédito a la inmensa máquina, mientras el operario aparecía como una figura apenas visible dentro de la cabina. Inmediatamente se cambió el anuncio con fotografías que abarcaban desde el hombro del operario, se lo mostró como el amo completo de la máquina. Cambió entonces la actitud del operario y aumentaron las ventas.

4. Vender escapes creadores

Por estudios psicológicos se ha mostrado que la jardinería proporciona a las mujeres mayores una oportunidad de seguir haciendo crecer cosas después de haber pasado la etapa de la concepción, por eso, la jardinería encanta a las mujeres y hombres de cierta edad, que ya no pueden tener hijos. Esto lo toman en cuenta los que desean vender artículos y otros elementos de jardinería.

5. Vender objetos de amor

Por ejemplo, en el anuncio de una pasta dental en nuestro país. No es la pasta dental lo que interesa sino el beso, la caricia, lo que muestra.

6. Vender sensación de poder

Un ejemplo claro aparece en los fabricantes de automóviles, estos tratan de producir autos con más y más caballos de fuerza porque una exploración hecha por una agencia de publicidad dedujo que los hombres compran cada dos años un auto cada vez más potente, porque les da una renovada sensación de potencia, les asegura su masculinidad.

7. Vender sensación de arraigo

Packard cuenta el ejemplo del vino. Los fabricantes acudieron a una agencia de publicidad para hacer este producto más atractivo. Los psiquiatras e investigadores

descubrieron que la gente asociaba el vino con viejas costumbres familiares u ocasiones festivas. Algunos añoraban el vino y los buenos tiempos idos. Se confeccionaron anuncios basados en estas asociaciones hogareñas. La campaña relacionaba el hogar y la figura de la madre con los temas de venta. La consecuencia fue que las ventas se duplicaron antes del año y la compañía interesada destinó dos millones de dólares de su presupuesto, solamente para propaganda.

8. Vender inmortalidad

Por ejemplo, para vender un seguro de vida no se debe aludir a la vejez o a la mortalidad, sino a la seguridad de que al comprar un seguro, el comprador se asegura su inmortalidad, ya que quienes reciben el seguro no se olvidarán de él.

Los hombres desean proteger a sus seres queridos en el caso de cualquier "eventualidad" lo que revela su deseo de sobrevivencia; pero también desean alcanzar la inmortalidad para gobernar a su familia después de su muerte.

Los hombres compran un seguro contra el olvido porque saben que así continuarán dominando a sus familias, determinando el nivel de vida de los suyos, guiando la educación de sus hijos mucho tiempo después de muertos.

Los anuncios para vender seguros deben pintar la seguridad y unidad de los familiares sobrevivientes y sobretodo, la "personalidad viva" del sostén del hogar ocupando un lugar en el cuadro.

Todos estamos conscientes de la necesidad de recuperar las raíces nacionales de nuestros particulares modos de ser. Sin embargo, nuestra vida está regida por modelos que se nos transmiten desde afuera por medio de un sistema de comunicación, cuyo objetivo principal es satisfacer intereses económicos.

Las empresas fabrican productos y consumidores a la vez. La publicidad se encarga de crear nuevos pensamientos, nuevos deseos y nuevas acciones: Se nos ha hecho "consumidores".

En cuanto a la mujer, se ha buscado desvincularla de su realidad, hacerla acrítica, insensible a los problemas vitales de la sociedad. Para ello se le ha manipulado de diversas formas, todo con el fin de mantener o acrecentar su interés por el consumo. El papel de compradora que tiene la mujer en el mundo moderno no es desconocido por los publicistas. Se explota su papel de ama de casa y por ello los anuncios de artículos de limpieza, alimentación y equipos para el hogar en general van dirigidos hacia ella.

Se explota su papel de madre, de ahí que todos los avisos que publicitan productos para el uso del niño (alimentos, ropa, juegos, etc.) son presentados bajo el sentido de responsabilidad que la mujer tiene frente a sus hijos y la culpabilidad de ella a este respecto.

Se explota su rol de compañera. Se define su identidad en función del hombre, se anuncian productos recordando a la mujer su relación con éste. Y se va más allá, pues se la muestra como "objeto" sexual del hombre. Esta condición es uno de los recursos más utilizados por la publicidad como anzuelo para la venta de sus productos.

Algunos anuncios muestran a la mujer como simple objeto presentando un producto, en otros se la presenta en situaciones evidentemente insinuante, con claras connotaciones sexuales, se explota así su rol de objeto sexual.

Se le ve como objeto decorativo para adornar un producto. Por un lado, la mujer es consumidora y, por otro, es exhibida como mercadería.

La publicidad no mira ni refleja a la mujer como ser humano. La concibe como una posibilidad de consumo. Por eso tiene un modelo para su vida, para sus sentimientos, para sus relaciones, para su forma de ser, de vestir, de mirar y de mirarse.

Evoquemos el anuncio, donde una hermosa mujer en bikini abarca todo el cuadro y sólo aparece la cuarta parte de la pastilla anunciada, en su bikini.

En nuestras carreteras, para anunciar una llanta de vehículo, se muestra una mujer semidesnuda y en una pose provocativa y sensual.

Los anuncios buscan además promover un status y un estilo de vida determinados, por eso para anunciar un licor por ejemplo, se presenta un lugar de agradable apariencia o de naturaleza exuberante, con hombres y mujeres elegantemente vestidos y fina cristalería.

Para los niños, la postalita o calcomanía constituyen el anzuelo del producto. Nuestros pequeños no compran el producto por sí mismo, sino por el atractivo que le agregan los fabricantes. Esta situación la encontramos en chicles, confitería y paquetitos de golosinas.

La música es también bien aprovechada, bellísimas composiciones musicales ofrecen la compra de un auto, una marca de cigarrillos o de licor. Actores famosos, fragmentos de películas, cantantes de prestigio contribuyen a que la propaganda sea más llamativa.

Los publicistas no temen plasmar en los comerciales infinidad de datos falsos y entonces un cigarrillo es "el gran compañero"; un ron "el mejor del mundo"; un colchón capaz de soportar "toneladas de peso"; una marca de pantalón puede remolcar un vehículo; un auto bailar con sus similares; un tinte de cabello convertir una abuela en una bella adolescente; una crema facial desaparecer las arrugas; lavar con un jabón en polvo "¡qué placer más delicioso!", "un deleite sin rival"; un refresco "sensación sin igual", "el sabor de la nueva generación"...

Ante la manipulación de que somos objeto no nos queda otro camino que estar alertas y ser críticos. Ante cualquier mensaje debemos preguntarnos por las intenciones (ocultas generalmente) del emisor o emisores, para tratar de distinguir lo falso de lo verdadero, la mala de la buena intención.

Ejercicios que se sugieren

1. Analizar en anuncios de radio y televisión los mensajes que presentan.

Si sólo se escuchan:

¿Qué se anuncia?

¿A quién o quiénes va dirigido?

¿Qué combinación de voces se presenta?

¿Cómo es la música?

¿Qué desea el anunciante?
¿Cuáles frases presentan datos falsos?

Si se ve y escucha: agregar a las interrogantes anteriores un comentario acerca del ambiente que se presenta, personas u objetos que intervienen, actitudes extravagantes de los protagonistas, datos falsos o desorientadores, interés del mensaje, elementos que se explotan, interés del anunciante.

2. Reunir una serie de anuncios gráficos y analizarlos. Observar: los colores, mezcla de tonos, formas y tamaños de las letras, datos falsos y desorientadores, a quien va dirigido, frases pegajosas o "slogan", ambiente que se presenta, elemento que se explota, interés del anunciante.

CAPITULO X

Verbos fáciles

En nuestro idioma poseemos una serie de verbos a los cuales acudimos constantemente. Estos vocablos se han convertido en una especie de muletillas; los utilizamos para sustituir gran parte de nuestras formas verbales. Con esto, demostramos pobreza de vocabulario y damos a la expresión un sentido vago e impreciso.

Entre otros, los verbos haber, hacer, decir, poner y tener son prototipos de este vicio tan arraigado entre nosotros.

Así, por ejemplo, en la expresión "hay rumores de que van a sustituirlo", la forma correspondiente al verbo haber podría cambiarse por otras tales como: circulan, existen, se oyen, se escuchan y otras similares.

En la oración: "Siempre hago la tarea", los verbos sustitutos podrían ser: realizo, elaboro, ejecuto, efectúo...

"Dijo palabras muy groseras", es una proposición en la cual la forma del verbo decir, es intercambiable por otras voces, tales como: profirió, pronunció, exclamó...

En el siguiente enunciado: "Ponga este libro en el anaquel", algunas formas reemplazantes de "ponga" serían: coloque, ubique, acomode, guarde...

Y en el discurso: "Tuvimos una magnífica asamblea", algunas formas pertinentes al verbo tener podrían ser éstos: celebramos, llevamos a cabo, practicamos...

Es conveniente esforzarse por utilizar verbos que precisen mejor nuestras ideas; de esta forma, los mensajes resultarán más persuasivos.

Seguidamente, anotaremos una serie de expresiones escuchadas con mucha frecuencia. Trate, amigo lector, de sustituir los verbos considerados como "fáciles", por otros más precisos; no repita ninguno.

Notará que es un ejercicio interesante: le ayudará a practicar voces lexicológicas que usted conoce, pero no las usa.

1. Hubo corridas de toros.
2. Hay muchos estudiantes en este grupo.
3. Había muchos artículos en la exposición.
4. Hubo muchos problemas en la reunión.
5. Hay muchas banderas en el estadio.
6. Habían muchas estrellas en el firmamento.
7. Hay una epidemia del cólera en Perú.
8. Había muchos testigos en el juicio.
9. Siempre hay problemas.
10. Hay una gran estatua en el salón.
11. Estoy haciendo un ejercicio acerca del libro que leí.

12. Todos hicieron un gran esfuerzo.
13. Ya no hacen esas telas tan buenas.
14. Estoy haciendo una carta.
15. Ya hizo el almuerzo.
16. Hicieron un gran edificio en la plaza.
17. No hemos hecho la tarea.
18. Mi amigo está haciendo un plano de esta ciudad.
19. Me gustaría hacer ese trabajo.
20. Quiero que me haga un favor.
21. No dijo la verdad.
22. No sé cómo decir lo que pienso.
23. Aquí no dijeron tu nombre.
24. Dijeron algunos improperios acerca del jefe.
25. Todos me dijeron que aceptara el nuevo cargo.
26. No dijo las causas del suceso.
27. Me quedé sin decir mi opinión.
28. Dijo muy bien la conferencia.
29. Yo digo que debemos estudiar más.
30. ¿Quién dijo que llegaría tarde?
31. Ponga los puntos sobre las íes.
32. Usted debe ponerse en el lugar de ella.
33. Ponga su nombre al final del examen.
34. No pongas esas palabrotas tan vulgares.
35. Pusimos las cartas en el correo.
36. Ponga este abrigo en el ropero.
37. Le pusieron mucha pomada en la herida.
38. No me gusta que pongas los pies en el sillón.
39. Debe ponerle más azúcar.
40. ¿Cuántas ideas debo ponerle a este párrafo?
41. Tengo mucho dolor de cabeza.
42. Me gusta el color que tiene.
43. Yo tengo mis ahorros en una cooperativa.
44. Tiene muy buena salud.
45. Tuvo mucho éxito en sus exámenes.
46. Aquí tenemos los mejores trofeos.
47. No ha tenido éxitos en sus estudios.
48. Tengo excelentes estudiantes.
49. Siempre debemos tener buenos propósitos
50. Dijo palabras muy groseras.

CAPITULO XI

La Encuesta

"Tanto la Técnica de la entrevista como la del cuestionario enviado por correo son procedimientos a los que suele considerarse como formas de encuesta puesto que ambos son instrumentos de investigación que permiten la recopilación de datos mediante las respuestas de las personas interrogadas, llamadas también sujetos de la encuesta" (Ander-Egg, 1983,p. 245).

La encuesta es un conjunto de técnicas destinadas a reunir de manera sistemática datos sobre determinado tema o temas relativos a una población, por medio de contactos directos o indirectos con los individuos o grupos que integran la población estudiada (Chow, 1977, p. 147).

Las encuestas siempre tienen un propósito definido: aclarar, indagar, o resolver algún asunto de interés público o privado.

La encuesta es muy utilizada en la investigación social. Recurren a ella: periodistas, médicos, trabajadores sociales, etc.

Formas de entrevistas

En la entrevista participan un encuestador (persona o grupo) quien solicita información a un entrevistado, mediante la interrogación estandarizada o la conversación libre.

Toda entrevista debe tener una guía: formulario o bosquejo de asuntos que sirven para orientar la conversación.

Según Ezequiel Ander-Egg (Ibid: 227) hay entrevista estructurada y no estructurada, dentro de esta última se encuentran la focalizada, la clínica y la no dirigida.

Es estructurada cuando el interrogatorio plantea las preguntas en el mismo orden y con los mismos términos. Se realiza con base en un formulario preparado de antemano y normalizado.

La entrevista no estructurada es más libre, se desarrolla guiada por la iniciativa del interrogado. Se compone de preguntas abiertas, no sujetas a una estructura formal.

La entrevista focalizada: Parte de un problema en torno al cual se plantean las preguntas. El encuestador debe ser hábil para focalizar el interrogatorio en asuntos precisos. Puede ayudar al informante a expresarse y ser claro, pero no debe sugerir.

La entrevista clínica: Es semejante a la focalizada, se diferencian porque en aquella se trata de analizar la experiencia que han tenido varias personas, mientras que en esta se estudian las motivaciones y sentimientos de las mismas.

La entrevista no dirigida: Permite al informante expresar con libertad sus sentimientos y opiniones. El encuestador lo anima y orienta hacia el tema. Interesan la expresión de sentimientos y opiniones del entrevistado.

Fases de la entrevista

Ander-Egg (Ibid: 229-230) se refiere a ciertos preparativos para realizar una entrevista y entre ellos están los siguientes:

- Presentación del encuestador
- Concertar la entrevista por anticipado
- Conocimiento previo del campo
- Contacto previo con líderes
- Selección del lugar para celebrar la entrevista
- Aspecto personal del encuestador
- Preparación específica

Tomando en cuenta estos aspectos citados y algunas recomendaciones y sugerencias del autor citado, presentamos a continuación las fases de la entrevista.

1. Se elige la muestra y se seleccionan los entrevistados.
2. El encuestador por su parte, debe conocer primero el terreno sobre el que va a trabajar, es decir, las pautas culturales y formas de comportamiento del grupo o comunidad. El entrevistador puede buscar la aprobación de su futura labor contactando con los líderes del grupo o comunidad, para explicarles los motivos y fines que se persiguen. Si el líder está de acuerdo, él mismo se encargará de conseguir la aprobación de los entrevistados.
3. Se pide una cita a las personas que van a ser entrevistadas. Este aspecto es importante, porque actualmente la gente tiene múltiples ocupaciones y es necesario que estén de acuerdo con la visita del entrevistador, que disponga de un tiempo para la realización de la entrevista. Además, se facilita la relación entrevistador-informante. Pues el primero no se sentirá rechazado y el segundo no ve perturbadas sus labores.
4. Se presenta el entrevistador. Es importante que lleve una identificación y una nota donde se explique las razones de la entrevista. Su apariencia física, modo de hablar, ademanes y actitudes son determinantes para ser aceptado o rechazado. Las extravagancias, inmodestia, petulancia, soberbia, etc., pueden interferir negativamente en el resultado de la entrevista. El encuestador debe vestir sencillamente.

Es aconsejable saludar e iniciar la conversación hablando sobre un tema del momento o de interés para el entrevistado. Ya en cierto ambiente de cordialidad, el entrevistador debe explicar la finalidad de su visita; el objeto de la entrevista, el nombre del organismo o personas que la patrocinan; la importancia para el grupo o comunidad donde se realiza; el carácter confidencial y anonimato de la información y la necesidad e importancia de la colaboración del entrevistado. Este necesita ver la importancia de la encuesta y creer que esta vale la pena, sentir que la relación con el entrevistador será agradable y satisfactoria, vencer las barreras como la desconfianza, miedo, prejuicio, etc. El entrevistador por su parte debe sentir la importancia y el significado del trabajo que realiza; su utilidad general y para el entrevistado.

Después, el entrevistador puede abordar el tema de la entrevista tratando de:

1. Escuchar con tranquilidad, paciencia y comprensión.
2. Actuar con franqueza y espontaneidad.
3. Evitar discusiones y alardes de autoridad.
4. No rebatir, no dar consejos, ni apremiar. Dar tiempo suficiente para las respuestas.
5. Prestar atención a todo lo que el interrogado manifieste.
6. Formular las preguntas en forma comprensible.
7. Ayudar al interrogado para que hable sin temor.
8. Crear una corriente de amistad, cordialidad e identificación con el encuestado.

La anotación directa mientras se desarrolla la entrevista es lo más recomendable para recoger con fidelidad y veracidad la información que proporciona la persona entrevistada (Ibid, p. 234). Porque si se deja para anotar después se puede olvidar mucho de acuerdo con la capacidad de retención del entrevistador y se podría distorsionar la información, por los elementos subjetivos a los que se acuden a la hora de reproducir lo que se escucha. Si no se quiere escribir mientras sucede la entrevista, se puede utilizar una grabadora, con autorización del interrogado.

La entrevista debe concluir en un clima de cordialidad, en vista de que el entrevistador puede necesitar de nuevo acudir al mismo interrogado.

Tanto en los cuestionarios como en las entrevistas, la información se obtiene mediante la formulación de preguntas. Sin embargo, el encuestador debe usar el cuestionario de manera informal, no dar la impresión de que la entrevista es un examen o interrogatorio. Debe impedir, en sus palabras y gestos, todo lo que implique crítica, sorpresa, aprobación o desaprobación tanto en las preguntas que formule como en las respuestas que reciba.

Debe tener a mano la guía durante la entrevista y darle una ojeada antes de hacer cada pregunta. Esta debe hacerla en un tono de voz natural y de conversación y no en tono de lectura.

Tipos de entrevistas y cuestionarios

Para Chow (1977, pp. 126-127), éstos son los tipos de entrevista y cuestionario:

Entrevistas y cuestionarios estándares

Las preguntas son presentadas con las mismas palabras y en el mismo orden para todos los interrogados. Todos los interrogados contestan a la misma pregunta. Puede hacerse preguntas y presentar respuestas de alternativas o dejar al interrogado libre para contestar con su propia forma de expresarse.

Preguntas "alternativas-fijas"

Una pregunta "alternativa" (o "cerrada") es aquella en que las respuestas del sujeto se hallan limitadas a alternativas ya fijadas. Estas alternativas pueden ser simplemente sí o no, o

proporcionar indicación de varios grados de aprobación o acuerdo, o consistir en una serie de respuestas de las que el interrogado toma una como más acorde con su postura.

Preguntas de "final abierto"

Se elaboran para permitir una respuesta libre del sujeto más que una limitada a alternativas preestablecidas. Estas preguntas sugieren una solución; pero se da al interrogado la oportunidad de contestar en sus propios términos.

La tarea del entrevistador es animar al interrogado a hablar con libertad y en respuesta total a las preguntas incluidas en el esquema de la entrevista, así como hacer un informe verbal de sus respuestas.

Características de un encuestador (según Napoleón Chow) (1977, p. 189).

- Carácter extrovertido. Capacidad para conversar con toda clase de gente.
- Capacidad para evaluar situaciones y personas con rapidez y exactitud.
- Aguda capacidad de observación y habilidad para percibir detalles.
- Perseverancia y tendencia a completar su trabajo (no dejar cuestionarios incompletos).
- Simpatía y optimismo hacia los seres humanos.
- Rectitud, honradez y seriedad.
- Agudeza e ingenio (no parecer muy inteligente porque produce desconfianza).
- Buena memoria o conocimiento de la taquigrafía (cuando hay que anotar respuestas al pie de la letra).
- Letra clara (para comentarios escritos de algunos datos).
- Interés por las ideas y por la investigación.
- Aspecto y modales que inciten a la confianza.
- Facilidad para interpretar y cumplir con exactitud las instrucciones.
- Capacidad para resumir y anotar objetiva y exactamente la información.
- Imparcialidad de observación y facilidad para sonsacar los hechos y las opiniones.
- Mucha energía física. Buena salud.
- Libertad y deseo de trabajar por las noches, los sábados, domingos y días festivos.
- Haber cursado por lo menos la segunda enseñanza.

Características de la relación en una entrevista

- Cordialidad y simpatía por parte del entrevistador.
- Breves comentarios de asentimiento tales como: "Hum, sí, ya veo, eso es muy interesante", estimulan a seguir hablando porque muestran que estamos siendo escuchados.
- Con una pausa expectativa cuando se recibe una respuesta muy breve, se podría conseguir una respuesta adicional.

- Repetir la pregunta cuando el entrevistado no la comprende, la interpreta mal, parece incapaz de decidirse o se aparta del tema.
- Repetir la respuesta del encuestado, esto ayuda a que este expanda más su comentario, esclarezca su respuesta.
- Preguntas neutras en un tono de voz neutro. Esto debe darse cuando la respuesta no satisface el objetivo de la pregunta, entonces debe formularse un tipo neutro de pregunta para obtener la información necesaria.

El cuestionario

Es un instrumento de observación estructurada. Consiste en un formulario en el que constan una serie de preguntas e instrucciones para su contestación. Las preguntas deben ser estudiadas desde el punto de vista de su formulación para evitar tendenciosidad; dificultad de comprensión; reacciones negativas del encuestado. También es necesario cuidar la secuencia con la cual se presentan las preguntas y el tipo de preguntas que deben hacerse (cerradas o abiertas).

En las encuestas se emplean mucho las escalas y test. Las escalas son un tipo particular de pregunta o serie de preguntas sobre un tema, de tipo "cerrado" y cuyas alternativas han sido construidas para computar un puntaje. Por ejemplo escalas basadas en los muebles y otros aspectos de la vivienda, para medir el nivel socioeconómico de la familia que la habita. Se asignan puntajes positivos y negativos a cada aspecto para llegar a un nivel global.

En cuanto al test representa un intento de explorar al sujeto más allá del nivel consciente, para inferir por medio de sus respuestas al estímulo, ciertos contenidos que no aparecerán con un estímulo verbal directo en una respuesta consciente y racional.

La preguntas deben formularse de acuerdo con las siguientes normas:

1. Deben ser claras, concretas, concisas y comprensibles. No deben dar lugar a interpretaciones dudosas o falsas.
2. Deben posibilitar una sola interpretación, inequívoca e inmediata.
3. No deben sugerir las respuestas.
4. Cada pregunta debe contener una sola idea y referirse a un solo sujeto, para evitar confusiones.
5. Deben redactarse colocándose en el lugar de quienes han de responderlas, dentro de su mismo marco de referencia.

El exceso de preguntas disminuye la calidad de las respuestas y aumentan el porcentaje de las abstenciones. Algunos autores establecen que no conviene sobrepasar las treinta preguntas, subdivididas en casos necesarios en subpreguntas, se debe tener en cuenta el grupo al cual va dirigida la encuesta. El orden de las preguntas es importante, deben tener un orden lógico y prever inconvenientes psicológicos.

El cuestionario debe llevar:

- Nota de presentación donde se explica la finalidad de la encuesta y los beneficios que se espera alcanzar con ella. También se solicita la colaboración para el éxito de la encuesta. Debe aparecer el nombre de la entidad u organismo que ejecuta la encuesta.
- Instrucciones para contestar, para que quien deba llenarlo pueda saber qué se le pregunta y cómo debe responder.
- Aspectos materiales y estéticos. La hoja o folleto del cuestionario debe tener un tamaño conveniente para facilitar su manipuleo. Cada pregunta debe dar espacio suficiente para la redacción de la respuesta solicitada.

Las secciones del cuestionario deben aparecer en forma tal que resulte fácil computar los datos.

La Encuesta

La entrevista

1. Las respuestas son formuladas verbalmente. Se necesita entrevistador.
2. Mayores costos: exige mayor cantidad de tiempo, gastos de movilidad, viáticos, adiestramiento, etc.
3. Requiere habilidad del entrevistador para lograr el éxito deseado.
4. Requiere interrogatorio individual y separado.
5. Raramente uniforme, porque la personalidad del entrevistador afecta.
6. No hay garantía de anonimato.
7. Mayor flexibilidad, se puede corregir algo mal dicho o mal interpretado.
8. No se requiere saber leer o escribir.
9. dificulta a quienes poseen limitada capacidad de expresión verbal.
10. Posibilidad de obtener mayor porcentaje de respuestas.
11. Ofrece mayor oportunidad de apreciar la validez de los informes. Observar lo que dice y cómo lo dice.

El cuestionario

1. Respuestas formuladas por escrito, no requiere entrevistador.
2. Menos caro: solo se envía por correo.
3. Requiere menos habilidad para administrarlo.
4. Puede administrarse a un gran número de individuos simultáneamente.
5. Uniforme por su naturaleza impersonal, mismo orden de preguntas, instrucciones comunes.
6. Anonimato: mayor libertad en las respuestas.
7. Menos espontáneas las respuestas, da tiempo de pensarlas.
8. Los analfabetos no pueden llenarlo.
9. A la mayoría le molesta escribir. Limita a los que poseen mucha elocuencia.
10. Pocos devuelven el cuestionario que reciben (es más fácil no responder a una carta, que rechazar a un encuestador).
11. Imposibilidad de ayudar al informante cuando no ha comprendido las preguntas o instrucciones.

Ejemplo de Cuestionario

I Se entrevistará a familias de una ciudad determinada. Objetivo: catalogar el nivel de vida del cantón.

1. ¿Dónde nació usted? _____
Provincia, Cantón, Distrito.

2. ¿Usted ha vivido en esta casa desde que nació?

SI NO

Si contesta sí pase a la pregunta #5

3. ¿Hace cuanto tiempo vive usted en esta casa?

4. ¿Dónde vivía Ud antes de mudarse para esta casa?

¿En una casa en esta ciudad?

SI NO

¿En otro lugar? Especifique dónde _____

5. ¿Cuántas personas viven en esta casa?

Menores de 12 años _____

De 13 a 18 años _____

Adultos _____

Total _____

6. Esta casa es:

Propia

Alquilada \$ _____ alquiler mensual.

Prestada

Otra Especifique _____

7. Las paredes exteriores son de:

	Bueno	Regular	Malo
Madera	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bloque	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Adobe-bahareque	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otro	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

8. El piso de:

	Bueno	Regular	Malo
Madera	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mosaico	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otro	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
No tiene (piso de tierra)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

9. El techo es de:

	Bueno	Regular	Malo
Tejas de barro	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Láminas de metal	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Asbesto - cemento	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otro	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

10. ¿Cuántos aposentos posee la casa?

- Menos de tres
- de 3 a 5
- de 5 a 7
- más de 7

11. Servicio de baño

- Solo para la vivienda
- Para esta y otras
- No tiene
- Tiene más de uno

12. Servicio Sanitario

- Cloaca
- Pozo Negro
- Otro
- No tiene
- Tiene más de uno

13. Combustible para cocinar

- Electricidad
- Gas
- Canfín
- Carbón
- Leña
- Otros

14. Artefactos de la vivienda

	Tiene	No tiene
Radio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Cocina	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Plancha Eléctrica	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
T.V. blanco/negro	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
T.V. a color	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Refrigeradora	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Lavadora	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Calentador de baño	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Teléfono	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Cepillo Eléctrico	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vehículo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Horno Microondas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

15. ¿Cuántas personas de las que viven en esta casa trabajan? _____

16. ¿Cuántas de las personas que viven en esta casa contribuyen con aporte económico?

17. ¿Cuánto dinero gasta la familia en alimentación? ₡ _____

18. ¿A qué clase social diría Ud. que pertenece -clase media baja, obrera o clase alta?

19. ¿Tiene Ud. proyecto para mejorar su casa?

20. ¿Qué piensa Ud. de la relación salario y costo de la vida?

Dirección General de Estadística y
Censos *Manual del Enumerador* p. 103

II Guía de Entrevista.

Objetivo: indagar acerca de la educación costarricense, desde el punto de vista de los estudiantes

1. ¿En qué nivel de secundaria se encuentra Ud.?

VII año VIII IX X XI

2. ¿Cuántas y cuáles materias recibe Ud.?

3. ¿Cuál materia encuentra más difícil? ¿Por qué?

4. ¿Cuál materia le gusta más? ¿Por qué?

5. ¿Cuáles métodos de enseñanza usan sus profesores?

6. ¿Cómo diría Ud. que son las lecciones (aburridas, poco agradables, muy agradables...)?

7. ¿Encuentra interesante la materia que le enseñan sus profesores? ¿Por qué?

8. ¿Cuál materia encuentra más importante? ¿Por qué?

9. ¿Cuál materia encuentra menos importante? ¿Por qué?

10. ¿Existen en su colegio -excelentes, buenas, regulares o pésimas- relaciones humanas entre profesores y alumnos?
11. ¿Cuáles materias tienen poca o ninguna relación con lo que le rodea, con el mundo actual?
12. ¿Cuáles materias tienen relación con lo que le rodea, con el mundo actual?
13. ¿Cree Ud. que el sistema de evaluación actual es objetivo?
14. ¿Permite el sistema de evaluación actual, que el alumno se recupere?
15. ¿Cree Ud. que el sistema de educación costarricense es más formativo que informativo, o a la inversa?
16. ¿Es funcional la existencia del Departamento de Orientación en su colegio?
17. ¿Encuentra importante la labor del Comité de Evaluación?
18. ¿Cree Ud. que las materias que reciben son suficientes? ¿Aumentaría o disminuiría esa cantidad?
19. ¿Encuentra importante la labor del Director de su colegio?
20. ¿Cambiaría Ud. el sistema de Educación de nuestro país? ¿Qué habría que cambiar?

CONCLUSION

Este trabajo surgió como respuesta a las peticiones que hicieran muchos docentes.

Algunos de los temas de los nuevos programas resultan novedosos para muchos profesores; otros, en cambio, encuentran la dificultad en la poca bibliografía que sobre éstos poseen las bibliotecas colegiales.

Por otra parte, la supervisión de la práctica docente ha permitido acumular muchos ejercicios de prácticas dignos de compartir.

Estas razones impulsaron a la presente publicación, por ello, se seleccionaron temas de comunicación y expresión escrita.

El capítulo I brinda lo referente a la comunicación y sus componentes en forma más amplia y explícita de lo acostumbrado en los libros de texto de los colegios.

En cuanto al aparato fonador, no sólo se presenta su función y órganos, sino una serie de ejercicios que permitirán al alumno, valorar la importancia del tema. En él se incluyen clasificaciones que se consideran de enorme importancia para presentarlas a los colegiales.

Se analiza la descripción y la narración orales y escritas. Ambas acompañadas de ejemplos y ejercicios de práctica.

La carta, es un tema simple y rutinario; pero se pensó que era importante incluirlo aquí con ejemplos de cada uno de los tipos solicitados por el Ministerio de Educación. Lo mismo se hizo con los tipos de carta comercial. El acta y el informe son presentados con su correspondiente ejemplo para que sirva de modelo a los educandos.

La referencia bibliográfica y las fichas de lectura pretenden unificar criterios con respecto al tema. Los ejercicios correspondientes servirán como práctica.

El capítulo de la propaganda comercial tiene un objetivo específico: mostrar la necesidad de asumir una actitud crítica ante este flagelo moderno. Los ejercicios que se adjuntan ayudarán a incrementar la criticidad y la observación.

Los verbos fáciles colaborarán a enriquecer el vocabulario, además de cumplir con un objetivo de los nuevos programas.

La realización de la encuesta que aparece como objetivo #30 en el programa de octavo año ha sido tratada de manera amplia y los ejemplos servirán como muestra a los estudiantes quienes tienen que realizar una, en este nivel.

Dieciséis objetivos se ven ilustrados en los once temas tratados.

Se espera que este texto satisfaga las expectativas de quienes lo consulten y especialmente los de las personas interesadas en su publicación.

BIBLIOGRAFIA CITADA

- Allende, Isabel. *Eva Luna*. México D.F.: Ed. Visión, 1988.
- Ander-Egg, Ezequiel. *Técnicas de investigación social*. 20 ed. Buenos Aires: Humanitas, 1983.
- Ander-Egg, Ezequiel y Aguilar, María José. *Técnicas de comunicación oral*. 2a. ed. San José: EUNED, 1983.
- Azofeifa, Isaac Felipe. *Guía para la investigación y desarrollo de un tema*. San José: Dpto. Publicaciones U.C.R., 1973.
- Azorín. *Doña Inés*. 5a. ed. Buenos Aires: Losada, 1960.
- Azuela, Mariano. *Los de abajo*. 3a. ed. Madrid: Cátedra, 1984.
- Benito, Angel. *Teoría general de la información*. Madrid: Guadiana de Publicaciones, 1973.
- Berlo, David. *El proceso de la comunicación*. 7a. ed. Buenos Aires: El Ateneo, 1976.
- Burgelin, Olivier. *La comunicación de masas*. Barcelona: A.T.E., 1974.
- Costa Rica. *Programa de Estudios*. San José: M.E.P., 1991.
- Dale, Philip S. *Desarrollo del lenguaje*. Trad. de Antoinette Hawayese. México D.F.: Trillas, 1980.
- Fernández Lobo, Mario. *Comunicación y cultura: antología*. San José: Fernández-Arce, 1982.
- García Márquez, Gabriel. *Crónica de una muerte anunciada*. Bogotá: La oveja negra, 1984.
- . *El General en su laberinto*. México D.F.: Diana, 1989.
- Gutiérrez, Joaquín. *Puerto Limón*. 4a. ed. San José: Editorial Costa Rica, 1976.
- Hemingway, Ernest. *El viejo y el mar*. México D.F.: Selecciones, 1972.
- Naranjo, Carmen. *Los perros no ladraron*. 2a. ed., San José: Editorial Costa Rica, 1974.

Packard, Vance. *Las formas ocultas de la propaganda*. Traducción de Martha Mercader. 14a. ed. Buenos Aires: Sudamericana, 1978.

Quilis, Antonio. *Fonética española en imágenes*. Madrid: La Muralla, 1970.

Reyes, Alfonso. *Obras Completas II*. México D.F.: Fondo de Cultura Económica, 1956.

Romero Rubio, A. *Teoría general de la información y de la comunicación*. Madrid: Pirámide, 1974.

Vallbona, Rima. *Noche en vela*. San José: Editorial Costa Rica, 1967.

Van Patten de Ocampo, Elia Ma. y López de Fernández, Ligia Ma. *Investigación bibliográfica y confección de trabajos escritos*. San José: EUNED, 1979.

Vivaldi, Martín. *Curso de redacción*. 19a. ed. Madrid: Paraninfo, 1982.

BIBLIOGRAFIA GENERAL

- Acosta, Luis Eduardo. *Guía para la investigación y desarrollo de un informe*. 2ª ed., Buenos Aires: Paidós, 1975.
- Alvarez, Mª Eloísa. *Aprenda a redactar correctamente*. Panamá: Bank of América, 1986.
- Ander-Egg, Ezequiel. *Algunas cuestiones generales acerca del método científico en las ciencias sociales*. Buenos Aires: Sarandí, 1977.
- Ander-Egg, Ezequiel y Aguilar, Mª José. *Técnicas de comunicación oral*. 2ª ed., San José: EUNED, 1983.
- Azofeifa, Isaac Felipe. *Guía para la investigación y desarrollo de un tema*. San José: Dpto. Publicaciones UCR, 1973.
- Ballesteros, Samuel. *Ortografía, redacción y gramática*. México: LibroMex Editores, 1979.
- Basulto, Hilda. *Curso de redacción dinámica*. México: Trillas, 1976.
- Berlo, David K. *El proceso de la comunicación*. 5ª ed., Buenos Aires: El Ateneo, 1974.
- Chow, Napoleón. *Técnicas de investigación social*. 2ª ed., San José: EDUCA, 1977.
- Dirección General de Estadística y Censos. *Manual para el enumerador*. San José: Imprenta Nacional, 1984.
- Erazo, Viviana y Santa Cruz, Adriana. *Compropolitan*. México D.F.: Nueva Imagen, 1980.
- Fernández Lobo, Mario. *Libro del idioma 8 y 9*. 7ª ed., San José: Fernández Arce, 1975.
- Flores de Gortari, Sergio. *Hacia una comunicación administrativa integral*. México D.F.: Trillas, 1976.
- González, Jézer. *La comunicación escrita*. San José: Alma Máter, 1986.
- Lázaro, Fernando. *Lengua española: Historia, teoría y práctica (I-II)*. Salamanca: Trillas, 1978.
- López de Fernández, Ligia Mª y Van Patten de Ocampo, Elia Mª. *Investigación Bibliográfica y confección de trabajos escritos*. San José: EUNED, 1979.
- Malmberg, Bertil. *La fonética*. 6ª ed., Buenos Aires: Editorial Universitaria de Buenos Aires, 1976.

- Miranda, Luis. *Curso de redacción*. 14ª ed., Madrid: Editorial Ferraz, 1968.,
- Müller, Marta Virginia. *Comunicación eficaz 2*. San José: Coopeicer, 1987.
- Packard, Vance O. *Las formas ocultas de la propaganda*. Traducción de Martha Mercader de Sánchez. 14ª ed., Buenos Aires: Sudamericana, 1978.
- Quijano, Fernando. "La comunicación al enseñar". En *Consultoría en la Educación a distancia. Fascículo N°3*. San José: EUNED, 1982.
- Quilis, Antonio. *Fonética española en imágenes*. Madrid: La Muralla, 1970.
- Sandoval de Fonseca, Virginia. *Curso básico de redacción*. 2ª ed., San José: Dpto. de Publicaciones MEP, 1976.
- Vargas Araya, Aura Rosa y Sandoval de Fonseca, Virginia. *Castellano básico. La Narración*. 3ª ed., San José: EUNED, 1978.
- Vivaldi, G. Martín. *Curso de Redacción*. 19ª ed., Madrid: Paraninfo, 1982.

ANEXO

OBJETIVOS

Los objetivos que aparecen en los modernos programas corresponden a las diversas ramas del Español: literatura, gramática, expresión oral, prosodia, escucha, expresión escrita y comunicación.

El propósito de este trabajo es cubrir los objetivos y algunas situaciones de aprendizaje pertinentes a la expresión escrita y a la comunicación.

Los objetivos aparecerán enumerados: los del uno al diez corresponden al programa de séptimo año; el once y el doce al noveno año; los del trece al dieciséis pertenecen al de octavo año. El número pertinente al del programa irá entre paréntesis.

- Objetivo 1. (2)-** Analizo contextualmente la dinámica de la comunicación, sus componentes funcionales, como medio de establecer relaciones positivas con mis semejantes.
Determino los elementos del ciclo comunicativo: emisor, código, mensaje, canal y receptor.
Comprendo que las funciones del emisor y el receptor son intercambiables.
Comprendo que el mensaje es un producto del aporte del emisor y el receptor.
- Objetivo 2. (4)-** Distingo los órganos del aparato fonador para apreciar su perfección formal humana y su posibilidad de adoptar diferentes pronunciaci3nes locales.
Dibujo el aparato fonador con sus 3rganos o componentes.
- Objetivo 3. (7)-** Adquiero la noci3n de las diversas fases del proceso descriptivo.
- Objetivo 4. (8)-** Adquiero la noci3n de las diversas fases del proceso narrativo.
- Objetivo 5. (10)-** Aplico mis destrezas en la redacci3n de cartas familiares: de presentaci3n, agradecimiento, felicitaci3n, de invitaci3n, permiso, rechazo o aceptaci3n.
- Objetivo 6. (11)-** Escribo cartas comerciales para ambientarme en el medio social.
Selecciono la carta de oferta de servicios, solicitud de informaci3n, reclamaci3n y circulares.
- Objetivo 7. (12)-** Redacto con el léxico apropiado y el estilo usual para documentos de interés público: actas e informes sencillos, relacionados con la vida cotidiana.

- Objetivo 8. (13)-** Diseño fichas de lectura como instrumentos de trabajo que me faciliten el aprendizaje.
- Objetivo 9. (14)-** Escribo referencias bibliográficas para facilitar la procedencia de mis informaciones y apuntes.
- Objetivo 10. (24)-** Analizo la propaganda comercial referente al cigarrillo y al alcohol y la relaciono con la realidad de vida que implica y la defensa de los derechos humanos.
Analizo las imágenes utilizadas por la propaganda: tipo de imagen masculina o femenina.
Analizo los valores sociales relacionados con el producto (riqueza, felicidad, amor, éxito) destinatario implícito (adulto, joven, etc).
- Objetivo 11. (10)-** Ejecuto ejercicios que eliminen la repetición de los verbos "hacer", "haber", "poner", "decir" y "tener", para evitar la pobreza de vocabulario y monotonía de mi redacción.
- Objetivo 12. (30)-** Adquiero nociones y procedimientos para realizar una encuesta.
- Objetivo 13. (11)-** Narro sucesos reales o imaginados sobre temas de ecología, alcoholismo, violencia, desocupación o corrupción, para ejercitarme en la técnica narrativa y tomar conciencia de un problema social.
Narramos en forma oral y escrita.
Presentamos un esquema del suceso que vamos a narrar.
- Objetivo 14. (16)-** Elaboro fichas de lectura, de esquema y de comentario para conservar datos importantes para mis trabajos ulteriores de estudio y de investigación.
- Objetivo 15. (25)-** Analizo críticamente diversos mensajes comerciales para percibir la intencionalidad del emisor y sus recursos.
Percibimos los mecanismos utilizados por el emisor para persuadirnos.
- Objetivo 16. (27)-** Adquiero mayor destreza descriptiva para conocer el medio que me rodea.

La elaboración estuvo a cargo de la Oficina de Publicaciones de la Universidad de Costa Rica. Su edición consta de 500 ejemplares. Se finalizó en el mes de setiembre de 1992.

Ciudad Universitaria Rodrigo Facio
San José, Costa Rica A.C.