



INSTITUTO SUPERIOR DE LETRAS EDUARDO MALLEA (A-1369)

Incorporado a la Enseñanza Oficial

Curso de Capacitación Profesional

PROYECTO DE EDUCACIÓN ABIERTA Y A DISTANCIA *MALLEA*

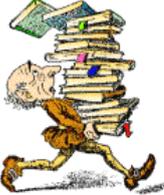
CURSO:

Redacción corporativa e institucional
Primer mes



® EDICIONES MALLEA
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN

GUÍA DE ÍCONOS

ÍCONO	DESCRIPCIÓN Y USO
	INTRODUCCIÓN Y ORIENTACIÓN PARA EL ESTUDIO
	OBJETIVOS DEL CURSO
	EJES TEMÁTICOS DE LAS CLASES
	RECUPERANDO LAS IDEAS PREVIAS
	ESTUDIO DE LOS CONTENIDOS
	CONSIGNAS
	EJERCICIOS DE AUTOEVALUACIÓN

	ACTIVIDADES
	RECOMENDACIONES
	PARA SINTETIZAR
	TUTORÍAS
	PARA TENER EN CUENTA
	ANEXOS
	BIBLIOGRAFÍA



Redacción Corporativa nace como solución a los problemas que surgen en una empresa en torno de los textos escritos. Esta se ocupa de la aplicación de saberes que fortalecen la práctica de la escritura de todo tipo de textos institucionales.

Sabido es que en una empresa la redacción de los documentos representa un pilar fundamental para el área de las comunicaciones. También, que es necesario que los miembros de su equipo conozcan y diferencien las tipologías textuales, así como el registro apropiado para cada situación comunicativa, junto con determinadas convenciones gramaticales y textuales que redundan en el éxito de las operaciones comerciales.

Muchas veces, el redactor administrativo siente que la tarea de concretar un trabajo escrito le insume mucho tiempo, porque le surgen dudas a cada instante sobre lo que está componiendo; siente también que las ideas y los mensajes no siempre logran traducirse en palabras fieles a los fines, al contenido y al tono. Por tal motivo, reclama orientación y aprendizaje.

Este curso de capacitación y redacción corporativa viene a remediar esas carencias y a otorgarle al redactor la seguridad perdida. Por tanto, en sus clases se desarrollan diferentes estrategias de escritura, imprescindibles para lograr un estilo claro y eficaz en las comunicaciones escritas y a la vez ofrece las herramientas básicas y complementarias, impartidas por docentes calificados, para escribir, corregir y editar sus escritos que transmitirán en forma efectiva sus contenidos.

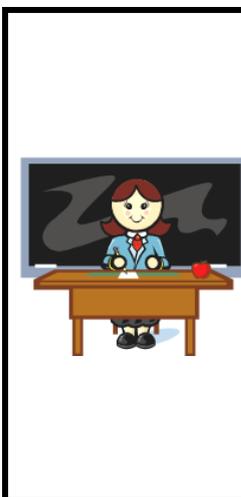
Por un lado, la propuesta se orienta a capacitar al personal por medio de herramientas de redacción corporativa y de autocorrección y, por otro, a unificar criterios de comunicación en una empresa que le garantice optimizar su rendimiento y encontrar su estilo propio.

El material del curso está compuesto por tres Cuadernillos cuyos ejes giran en torno de tres ítems:

- a) el texto y sus propiedades; la redacción y construcción de la frase;
- b) las características de cada tipología textual, seguido de un ejemplo y ejercitación pertinente;
- c) la normativa específica sobre acentuación, puntuación, concordancias, corrección de errores comunes en el uso de verbos, verboides y preposiciones, y sugerencias sobre tipografía.

¿Qué formatos textuales se manejan? Se darán instrucciones, modelos y consejos sobre la redacción de los siguientes textos corporativos e institucionales: el correo electrónico o *e-mail*, la carta administrativa, el informe, la minuta o acta de una reunión, la *newsletter*, la carta de presentación, entre otros.

A su vez, y según sea la necesidad de los cursantes, se incorporarán otros formatos textuales que respondan a las exigencias de cada empresa o institución.



Importante:

Para iniciar los estudios de este curso es aconsejable que usted tenga siempre a mano el *Diccionario de la Real Academia Española (DRAE)*, en su última versión, y el *Diccionario Panhispánico de Dudas (DPD)*. Ambos deberán guiarlo y acompañarlo por el camino del aprendizaje de la normativa de la lengua española, ya sea en su versión gráfica o en su formato digital. Usted puede

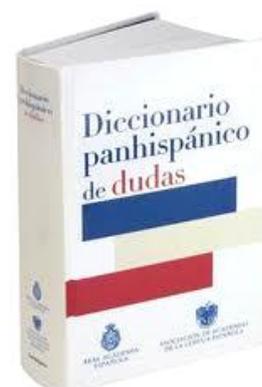
hacer las consultas directamente conectándose a Internet.

Es importante que canalice sus dudas en las fuentes bibliográficas que estén a su alcance, y solo cuando haya agotado todos los recursos para solucionarlas, comuníquese con su tutor/a para comentar sus hallazgos y experiencias en el foro. Este mecanismo de independencia irá creando en usted la competencia necesaria para la resolución de problemas.

Si reconoce que le faltan elementos básicos para encarar este curso, como la clasificación de palabras, el paradigma verbal, los pronombres y su aspecto morfológico y semántico, entre otros, acuda al ANEXO I de este Cuadernillo, donde podrá fortalecerse en los saberes previos.

Si trabaja en grupo, comente sus apreciaciones, aciertos y avances con sus compañeros. Suele dar muy buenos resultados de aprendizaje que el grupo opine acerca de sus producciones, lecturas y conocimientos. Por otro lado, usted hará lo propio con ellos.

Le deseamos una provechosa cursada y estaremos siempre presentes para asistirlo en sus consultas y comentarios.





- Asimilar las herramientas fundamentales y las estrategias básicas y complementarias para la redacción.
- Alcanzar un dominio profesional de la redacción de textos institucionales.
- Conocer superestructuras (formatos) de los textos corporativos más corrientes.
- Analizar algunos de los problemas textuales característicos de la enseñanza de la escritura.
- Aplicar las reglas gramaticales para el correcto uso de tildes, signos de puntuación, empleo de mayúsculas y minúsculas, concordancias y correlaciones, entre otros.
- Identificar los defectos del escrito y recurrir a alternativas para superarlos.
- Relacionar el contenido de la información con la intención del escrito, los intereses del destinatario y las informaciones más provechosas que se desean ofrecer.
- Tomar notas, hacer borradores, planificar, releer y corregir los textos con criterios objetivos.
- Reconocer la presencia de diversos códigos que interactúan en los escritos.
- Utilizar adecuadamente las variedades relativas a los estilos, tonos, registros y otros, en las situaciones de escritura.
- Resolver ejercicios donde se reflejen en la práctica los principios teóricos implicados.
- Adquirir un manejo autónomo de redacción fundamentado en normas y principios.



EJES TEMÁTICOS DE LAS CLASES

Primer mes

- ✓ **Prueba diagnóstica**
- ❖ **Clase N.º I La redacción corporativa**
Redacción: Principios de la escritura institucional.
Normativa: Expresiones correctas. Los signos de puntuación: uso de la coma (Parte 1).
- ❖ **Clase N.º II El texto en el ámbito de la empresa**
Redacción: El texto y sus relaciones internas: la cohesión.
Normativa: El acento ortográfico.
- ❖ **Clase N.º III La claridad de los mensajes**
Redacción: El texto y su linealidad temática: la coherencia.
Normativa: Los signos de puntuación: uso de la coma (Parte 2)
- ❖ **Clase N.º IV El e-mail o correo electrónico en la empresa**
Redacción: Características, propósitos y efectos del e-mail en la oficina. Cómo elaborar un texto adecuado al destinatario. El estilo y la corrección. Consejos para escribir un e-mail corporativo.
Normativa: Los signos de puntuación: uso del punto y del punto y coma.
- ✓ **Anexo I:** Nociones básicas para encarar los estudios de Redacción Corporativa
- ✓ **Anexo II:** Los escritos y el mundo laboral
- ✓ **Bibliografía**



PRUEBA DIAGNÓSTICA

Antes de comenzar el curso, usted deberá reconocer sus fortalezas y debilidades respecto de la redacción de textos corporativos. Simplemente le pedimos que nos dé un panorama de su situación actual como redactor/a de textos laborales. Sus respuestas nos servirán para poderlo/a guiar con mayor esmero en sus dificultades concretas.

Marque con una cruz (X) los ítems que se correspondan con su situación particular:

- a) En mi trabajo, me gusta escribir:** SÍ NO
- b) Estoy conforme con mis producciones:** b
- c) Mis fortalezas en redacción están relacionadas con:**

1.
2.
3.
4.

d) Mis mayores dificultades son:

- El formato apropiado para cada texto.
- Los errores de ortografía.
- La puntuación.
- La ambigüedad en la redacción.
- La expresión de las ideas.
- La construcción de las oraciones.
- La delimitación de los párrafos.
- La selección del vocabulario apropiado.
- Las ideas desordenadas.
- Otros
- No tengo problemas.

e) ¿Qué tipo de textos escribo comúnmente?

1.
2.
3.
4.

f) ¿Qué expectativas tengo de este curso?

1.
2.
3.
4.

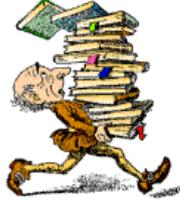


TUTORÍAS: Envíe esta prueba a su tutora antes de comenzar a leer el primer módulo. (Use la portada para la entrega).

PRIMERA CLASE (PRIMERA SEMANA)

La redacción corporativa



	<p style="text-align: center;">CLASE N.º I</p> <p style="text-align: center;"><i>Principios de la escritura institucional</i></p>
---	---

REDACCIÓN:

Denominamos Redacción corporativa a una serie de conocimientos y de prácticas que contribuirán a desarrollar la habilidad de producir textos en los ámbitos institucionales. El objetivo inmediato es "enseñar a escribir" a fin de comunicarse exitosamente con los demás: personal interno de la empresa y usuarios del servicio o clientes. Pero

- Ⓢ ¿Qué conocimientos, competencias o qué acciones (estrategias) tiene que aplicar alguien para convertirse en redactor institucional?
- Ⓢ ¿Cómo podemos adquirir el manejo de la escritura de los textos corporativos?

Sobre la base de todas estas preguntas subyace una única problemática: ¿se aprende a escribir? Problemática que atañe no solo a los futuros profesionales de la escritura, sino a todos los que componen textos simples: cartas, notas, informes, *newsletters*, e-mails, postales, folletos.

Conocida es la desazón que nos invade cuando tenemos que comunicarnos a través de una nota, escribir un acta, elaborar un informe, redactar una invitación, por ejemplo, porque componer un texto –nos dicen los lingüistas– supone tener adquirida una serie de estrategias con la que se pueda aplicar los conocimientos del código escrito (C.E.) a una situación concreta de comunicación.

De ahí que en esta primera parte nos ocupemos de la complejidad de la escritura en general para luego aplicarla a la Redacción corporativa.

- ¿Qué se debe *conocer* y qué se debe *saber hacer*?

Primera pregunta: ¿qué significa conocer el *código escrito* (C.E.)?

Según el enfoque tradicional se llega al dominio de este por medio de una enseñanza formal de la gramática (ortografía, sintaxis, semántica) afirmada a través de ejercicios de lengua y manuales de redacción. Con este bagaje nos lanzamos a componer textos, más o menos guiados por los datos consignados o el modelo de otros textos

similares. Luego el receptor (cliente), posiblemente, en su apreciación sobre el servicio y la imagen de la empresa, valore:

- ✚ la corrección gramatical (ortografía, tildes, puntuación, mayúsculas y minúsculas, correlación verbal, entre otros);
- ✚ la cohesión (un texto donde todas sus partes se relacionan),
- ✚ la coherencia (la comunicación responde a los objetivos y no se desvía de ellos);
- ✚ la adecuación a la circunstancia comunicativa;
- ✚ la originalidad (lograda a partir de los formatos textuales).

Todos estos niveles, que al campo del C.E., constituyen el eje de atención de los estudios que usted está iniciando.

La redacción de textos

La nueva perspectiva sobre la redacción en general se centra en los procesos mentales de la escritura, es decir, en los mecanismos que se activan en el interior del cerebro cuando escribimos. La lingüística aplicada se apoya en la psicología cognitiva y juntas nos ayudan a describir los procesos involucrados en las habilidades lingüísticas de la escritura, desde los más simples –caligrafía clara, secuencia y orden de las palabras– hasta los más complejos, donde la capacidad imaginativa, la memoria y la reflexión actúan para dar origen a la selección de temas para el texto, la organización de su estructura, el nacimiento y desarrollo de ideas, el registro adecuado según el receptor, entre otros.

La redacción de textos tiene por finalidad hacer de la tarea de escritura un proceso de fácil dominio, de acción premeditada, totalmente desprendida de la creencia de que escribir depende de la inspiración o de la genialidad creadora.

Esta mitificación de la escritura basada en las dotes personales impidió, durante mucho tiempo, el desarrollo eficiente de una metodología que reafirmara, mediante la enseñanza de técnicas y el aprendizaje metódico, los caminos posibles para llegar a componer. Las nuevas concepciones nos hablan de la existencia de estrategias básicas y de apoyo para formar escritores capaces de enfrentar y resolver satisfactoriamente cualquier situación de escritura.

Si bien escribir no es sencillo ya que se requiere mucho tiempo previo para planificar, pensar el texto y replantearlo a cada momento, es necesario saber que contamos, en el desarrollo de la composición, con una serie de mecanismos que facilitan enormemente la actividad

de transferencia entre los contenidos almacenados en nuestra memoria y la expresión adecuada que los refleja.

Nuestro criterio para encarar los estudios sobre producción escrita comprende dos partes: una teórica y otra práctica. ¿Por qué nos detendremos en conceptos y teorías? ¿Cuál es la causa que imposibilita ir directamente a la redacción textual? Ahí viene la propuesta de este curso: hacer dinámico un método que vincule la reflexión teórica con la comprensión y la producción. ¿Por qué? Porque un sistema de trabajo, por más libre que sea en sus comienzos, puede empobrecerse y mecanizarse, si desconoce o no alimenta su práctica con aquellos principios de la teoría de la escritura que lo han hecho posible.

Consideramos también que el conocimiento que el escritor tenga sobre dichos principios, tal como la investigación actual los presenta, da fortaleza a un programa de escritura basado en una serie de explicaciones sobre los procesos que realizan los escritores y lectores para lograr una comunicación satisfactoria. Esta conciencia nos va a permitir, además, autoevaluar los frutos que en el curso de la tarea vayan apareciendo. Así paulatinamente, después de sondear la teoría, comienza el camino de integración entre los conocimientos teóricos y su aplicación, donde se propone, en primer lugar, conocerse como escritor, y luego adquirir un conjunto de estrategias para lograr crear un texto.

Por otra parte, veremos que toda práctica de producción escrita –incluso la corporativa cuyos textos son más estándar y tipificados– se alimenta con lecturas. Saber leer, rescatar las ideas y la estructura interna del texto, ayuda a organizar nuestros propios escritos. Debemos *aprender a leer como escritores* para sacar el mayor provecho posible de los recursos, las técnicas y los procedimientos que detectamos en los escritos ajenos.

Otro objetivo del curso se orienta a destruir las falsas creencias y prejuicios, muy aferrados en nuestra sociedad, que acosan a la escritura en general. No hay secretos ni magias en el acto de escribir, dicen los entendidos. Sin embargo, la práctica de la producción textual está inmersa en una serie de preconceptos y supersticiones, ya porque influyen las creencias ancestrales que obstaculizan la realización, ya por los juicios erróneos de la enseñanza oficial que bloquea autores o mutila los textos, generalmente como producto de la bien intencionada ignorancia. Entre los prejuicios más comunes se observa, como nos refiere Cassany (1987), los siguientes:

- Ⓢ Creer que la escritura es una operación simple y espontánea como la improvisación de un discurso oral. Que los escritores de oficio toman papel y lápiz y redactan a borbotones una primera versión del escrito, que será la definitiva y válida, sin pasarla en limpio. Por el contrario, se piensa que hacer borradores, corregir y revisar el texto es síntoma de inmadurez, de autores aficionados, porque se considera que los buenos escritores no actúan así. No saben

que estos son los que dedican más tiempo a componer, los que escriben más borradores, corrigen y revisan cada fragmento, rehacen una y otra vez cada frase. El proceso de escritura no se caracteriza por automatismo y espontaneidad, sino por recursividad, revisión y reformulación de ideas, por un proceso de reelaboración constante de información y construcciones lingüísticas. Como los textos que leemos no muestran el trabajo previo y las sucesivas etapas que sufrió ese escrito, se piensa que nacieron de un tirón.

Por tanto, escribir es una actividad compleja que requiere aprendizaje, dedicación y paciencia. Se necesita tiempo de reflexión (aunque sea muy breve), la composición requiere planes iniciales se reemplazan por otros, el ordenamiento de la información varía, la redacción se pule y transforma. Así, el producto definitivo no se corresponde con la idea inicial que teníamos, sin duda es más apropiada, desde todos los ángulos posibles.

- ⊙ Algunos idolatran la gramática y creen que para escribir necesitan conocer y recordar las reglas de sintaxis y de ortografía. Muchos profesores y escritores valoran la correcta ortografía y gramática por encima de otros factores como son: la coherencia, la cohesión, la adecuación, el desarrollo de ideas. Si estos aspectos se desatienden, se corre el riesgo de difundir textos gramaticalmente perfectos, pero pobres en significados, donde la creación y el ingenio no conformó ideas redondas o pecó de incoherencias. Si bien la corrección gramatical es importante, solo representa un componente más de la unidad significativa.
- ⊙ Otro prejuicio es la inspiración, que se ha definido, como el estado propicio para la creación artística. Creer que las musas dictan, inspiren al escritor, que existe un fluido intercambio entre autores (amanuenses) y los dioses (hacedores del legado), es un lugar común que caracterizó la escritura de otras épocas.

Cuando los escritores fracasan en el intento de escribir y no logran armar un texto más o menos aceptable, ya sea por pereza o por real incapacidad, lo abandonan diciendo que "no están inspirados". Esto significa que no pueden hacerlo porque les faltan las ideas, los formatos, la planificación o las palabras exactas para elaborarlo.

Por el contrario, sabemos que los materiales para la escritura, desde los más primitivos: las palabras, hasta los más complejos: los sistemas de ideas, proceden de nuestra memoria que los archiva, que constantemente registra lo que escuchamos y leemos. Tanto las palabras como los conceptos serán reelaborados en el momento de la producción, para lo cual usaremos procesos intelectuales como: la generación de ideas, la planificación o la revisión. Mediante estos mecanismos podemos crear nuevas ideas a partir del tratamiento de viejos conceptos, ampliar informaciones, enriquecer su esencia con una nueva mirada, establecer analogías,

renovar posturas, aunque el texto posea un formato fijo y tengamos que someternos a este. Así, el redactor profesional deberá organizar las informaciones, adaptarlas coherentemente a su texto y encontrar una buena forma de expresarlo.

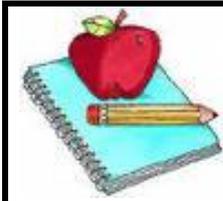
- Ⓢ Muchos cometen el error de creer que se debe escribir con un lenguaje selecto, alejado de la palabra común y directa, y confeccionan una prosa cargada de vocablos cultos y oscuros. El resultado suele ser ineficaz dado que producen textos artificiosos, rígidos, con una sintaxis forzada y un léxico que no emplean comúnmente. Quizás fantaseen con la idea de que la escritura es un proceso especial que evita la sencillez por estar muy alejada de lo habitual, o solo recuerden y reconozcan como modelos textos de tal índole.

Hay muchas otras presuposiciones que bloquean la escritura: creer, por ejemplo, que un escrito debe contener como mínimo tres temas hegemónicos, esto llevaría a incluir informaciones irrelevantes; o que un buen texto es aquel que motiva inmediatamente al lector, con lo que desistiríamos de hacerlo porque no podríamos satisfacer esta exigencia siempre.

El origen de todos los malentendidos se ha producido, sin duda, en el momento del aprendizaje. En efecto, el aprendiz tiende a generalizar y a considerar como normas estrictas una anécdota o un comentario del experto, o a tomar una consigna que sirve para una ejercitación específica como ley de todos sus escritos. O considerar que un buen texto debe ser extenso, con lenguaje culto y que explique en exceso todo lo que dice, porque se desestiman los textos llanos y sintéticos.



En aconsejable, por los buenos resultados que se obtienen, que los redactores comenten entre sí sus respectivas maneras de encarar la escritura, que compartan preocupaciones sobre el proceso de composición y las dificultades que los inhiben. El profesor, por su parte, comentará y analizará los textos presentados a fin de socializar un aprendizaje que incumbe a todos. Solo así se evitará desarrollar procesos equivocados y poco eficientes.



PARA SINTETIZAR

En síntesis, este curso pretende ofrecer una propuesta práctica, fundamentada teóricamente, para acometer el objetivo de formar redactores expertos dentro del área de las instituciones. Parte de la convicción de que la escritura tiene un importante componente técnico que puede ser enseñado con instrucción eficaz; y que puede aprender, con más o menos pericia, cualquier persona que tenga interés en utilizarla y hacer de su formación un ejercicio profesional idóneo.

Algunas propuestas de trabajo para desarrollar buenos procesos de redacción.

Sabemos que no basta con que los escritores conozcan el C.E., sino que además deberán ser conscientes de la existencia de buenos procesos de composición y de la necesidad de dominar ciertas estrategias usadas por los escritores competentes.

Estrategias: conjunto de acciones, externas o internas, realizadas por el escritor desde el momento que decide redactar un texto hasta que lo leen sus lectores. Mediante ellas los buenos escritores necesitarán:

➤ REFLEXIONAR SOBRE SUS AUDIENCIAS

Dedicar un tiempo considerable a imaginar cómo los lectores recibirán el escrito y qué efectos se producirán, estimula en la mente del emisor la aparición de raíces temáticas insospechadas durante la composición. En este momento es cuando este decide, entre otras opciones: qué tratamiento establecerá con los lectores, qué registro de lengua será la base para crear un lenguaje común; qué temas podrán interesar más, qué otros habrá que desechar o dejar para más adelante; qué sabe el lector de antemano y qué desea conocer; cuál es el propósito perseguido (informar, convencer, asombrar...).

➤ DISEÑAR LA ESTRUCTURA DEL ESCRITO

De las reflexiones anteriores surgirá la representación mental del texto. Sabemos que el orden basado en objetivos precisos no coarta la invención, sino la orienta y nutre en escala progresiva. Los mejores escritores no comienzan su texto sin una planificación previa

que unifique los contenidos, señale los cortes previstos, la distribución de datos y su jerarquización, y el enlace coherente de cada una de las proposiciones. La coherencia semántica, a lo largo del texto ayuda, sin duda, al lector a moverse mejor en el desarrollo de los significados globales.

➤ **REDACTAR LAS IDEAS PENSADAS EN UN LENGUAJE AC- CESIBLE AL LECTOR**

La planificación, nacida de la representación imaginaria del escritor, puede contener elementos ajenos a la verbalización. De hecho cuando generamos ideas nos manejamos básicamente con abstracciones, imágenes, sensaciones, y combinamos todo tipo de elementos provenientes de los más variados ámbitos. Y, si bien podemos llegar a tener escritas algunas palabras o frases clave, estas esperan ser sometidas a mayores transformaciones en el futuro trabajo de redacción. En consecuencia, el escritor deberá trasladar esa materia informe y de naturaleza plural en lenguaje claro y significativo para el lector, a través del proceso lineal impuesto por la escritura.

➤ **RELEER Y AJUSTAR EL PLAN INICIAL**

La programación diseñada para el escrito nunca es imperativa, sino flexible y provisoria. La relectura de las partes del texto ya redactadas da nuevo ímpetu al escritor para replantear aspectos no previstos en el plan inicial. En efecto, este último podrá sufrir tantas modificaciones como ideas se nos ocurran durante su elaboración. El mecanismo recursivo de la escritura hace que nuevos planes sustituyan a los primeros y que el texto resultante poco tenga en común con el proyecto original. Sin embargo, la refundición de muchos borradores acrisola notablemente la versión final, la vuelve más perfecta y única, aunque su proceso se torne, por supuesto, más lento y arduo, lleno de revisiones, enmiendas y reformulaciones.

➤ **CORREGIR LOS ASPECTOS FORMALES**

Una vez concluida la fase de redacción y resueltos los niveles profundos del texto, donde todas sus partes se interrelacionan en función del significado global, se atenderá a los aspectos más mecánicos y convencionales de la escritura como son: la corrección de la ortografía, la gramática, la puntuación, el léxico; las pautas de diagramación; los recursos tipográficos (sangrías, tipos de letras, espacios especiales, etc.); ajustes de las normas de estilo para los distintos tipos de discursos (noticioso, epistolar, académico, jurídico, entre otros.





PARA SINTETIZAR

En síntesis: el entorno empresarial se vuelve cada día más complejo por lo cual resulta de suma importancia contar con habilidades de comunicación para el cumplimiento de las metas institucionales. Por esta razón, hemos orientado este curso hacia el manejo de los formatos textuales que se manejan en las empresas con la intención de que el redactor comunique las ideas con claridad y eficacia.

El proyecto de redacción corporativa que hemos elaborado ha tenido como eje el proceso de escritura acompañado con una aplicación pertinente de la normativa. Junto con los tipos de textos que estudiaremos tendremos en cuenta la diagramación, la organización de las ideas, la redacción, un ejemplo y la ejercitación pertinente, además de profundizar sobre aspectos de normativa y de tipografía.

Los contenidos reunidos en el cuadernillo han tenido como finalidad interactuar con los asistentes. También hemos contemplado los documentos de trabajo provenientes de su ámbito con la intención de orientar a los presentes en sus tareas reales de producción, además de capacitarlos para su autocorrección.

Para concluir, un discurso claro y eficaz se manifiesta a través de la expresión de ideas concisas y transparentes. Para ello resultan fundamentales los procesos de escritura, reescritura, revisión y autocorrección, así como el dominio de la normativa y de la sintaxis.

Según Cassany, el primer ejercicio de la *cocina* es una reflexión escrita. Si escribir sirve para aprender, podemos aprender de la escritura escribiendo sobre escribir. Se trata de explorar las opiniones, las actitudes y los sentimientos que poseemos sobre la redacción en nuestro lugar de trabajo. Tomar conciencia de la realidad es útil para comprenderla mejor, para comprendernos mejor y para dar explicaciones a hechos que tal vez de otra forma nos parecerían absurdos.



CONSIGNA N.º 1

Le presentamos a continuación una serie de preguntas, similares a las que respondió en la prueba diagnóstica, para que realice, un monólogo escrito sobre su imagen de redactor/a. Simplemente, lea todas las preguntas, reordénelas para su texto y escríbalas como una carta que enviaría a un amigo. (No es necesario seguir el orden de las preguntas ni tampoco contestarlas todas).



CONSIGNA N.º 1

(Ver página de entregas obligatorias)¹.

¿QUÉ IMAGEN TENGO DE MÍ COMO ESCRITOR/A?

- ¿Me gusta escribir los textos que emite la empresa?
- ¿Qué es a lo que más le temo cuando los compongo?
- ¿Cuáles son los aspectos que domino de ellos y que me hacen sentir como pez en el agua?
- ¿Cómo son los textos que escribo? ¿Qué adjetivo les pondría?
- ¿Cuándo escribo? ¿En qué momentos? ¿En qué estado de ánimo?
- ¿Cómo trabajo? ¿Empiezo enseguida a escribir o antes dedico tiempo a pensar? ¿Hago muchos borradores?
- ¿Qué equipo utilizo? ¿Qué utensilio me resulta más útil? ¿Cómo me siento con él?
- ¿Repaso el texto a menudo? ¿Consulto diccionarios, gramáticas u otros libros? ¿Cuáles? ¿Hago consultas a los que considero expertos?
- Me siento satisfecho/a de lo que escribo?
- ¿De qué manera creo que podrían mejorar mis escritos?
- ¿Cómo me gustaría escribir? ¿Cómo me gustaría que fueran mis textos?
- ¿Qué siento cuando escribo? Alegría, tranquilidad, angustia, nerviosismo, prisa, placidez, cansancio, aburrimiento, pasión...
- Estas sensaciones ¿afectan de alguna forma el producto final?
- ¿Qué dicen los lectores de mis textos? ¿Qué comentarios me suelen hacer? ¿Los leen fácilmente? ¿Los entienden? ¿Les gustan?
- ¿Qué importancia tiene la corrección gramatical del texto? ¿Me preocupa mucho que pueda haber faltas de ortografía? ¿Dedico tiempo para corregirlas?
- ¿Me gusta leer? ¿Qué leo? ¿Cuándo leo?
- ¿Cómo leo: rápidamente, con tranquilidad, a menudo, antes de acostarme...?

¹ Importante: A lo largo de la lectura de los materiales usted encontrará una serie de consignas numeradas que luego, al finalizar el mes, deberá entregar a su tutor/a. Recuerde incluir la portada al frente de sus prácticos.

	<p>EJERCICIOS DE AUTOEVALUACIÓN:</p> <p>A continuación le presentamos un cuadro donde se describen las características de la mayoría de los textos existentes. Léalo atentamente y luego complete un cuadro que se adecue a los textos corporativos. (Usted podrá hacer una selección libre de otros textos que comparten <i>características</i> con los institucionales). Para llenar el espacio de <i>forma</i> investigue qué otros tipos de textos existen aunque en su empresa no los utilicen.</p>
---	---

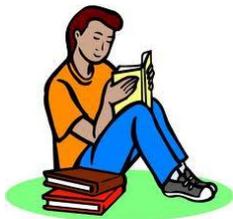
TIPO DE ESCRITURA

	CARACTERÍSTICA	FORMA												
P E R S O N A L	<p>Objetivo básico: explorar intereses personales.</p> <p>Audiencia: el autor</p> <p>Base para todo tipo de escritura. Tiene flujo libre. Fomenta la fluidez de la prosa y el hábito de escribir. Facilita el pensamiento.</p>	<p>diarios personales cuadernos de viaje y de trabajo ensayos informales y narrativos escribir a chorro torbellino de ideas ideogramas recuerdos agendas dietarios</p>												
F U N C I O N A L	<p>Objetivo básico: comunicar, informar, estandarizar la comunicación.</p> <p>Audiencia: otras personas</p> <p>Es altamente estandarizada. Sigue fórmulas convencionales. Ámbitos laboral y social.</p>	<p>Correspondencia comercial, administrativa y de sociedad</p> <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 50%;">cartas</td> <td style="width: 50%;">invitaciones</td> </tr> <tr> <td>contratos</td> <td>felicitaciones</td> </tr> <tr> <td>resúmenes</td> <td>facturas</td> </tr> <tr> <td>memorias</td> <td></td> </tr> <tr> <td>solicitudes</td> <td></td> </tr> </table>	cartas	invitaciones	contratos	felicitaciones	resúmenes	facturas	memorias		solicitudes			
cartas	invitaciones													
contratos	felicitaciones													
resúmenes	facturas													
memorias														
solicitudes														
C R E A T I V A	<p>Objetivo básico: satisfacer la necesidad de inventar y crear.</p> <p>Audiencia: el autor y otras personas</p> <p>Expresión de sensaciones y opiniones individuales. Busca la satisfacción personal y la inspiración. Conduce a la proyección. Atención especial al lenguaje. Experimental.</p>	<table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 50%;">poemas</td> <td style="width: 50%;">ensayos</td> </tr> <tr> <td>prosa lírica</td> <td>cartas</td> </tr> <tr> <td>comedias</td> <td>canciones</td> </tr> <tr> <td>cuentos</td> <td>chistes</td> </tr> <tr> <td>anécdotas</td> <td>parodias</td> </tr> <tr> <td>novelas</td> <td></td> </tr> </table>	poemas	ensayos	prosa lírica	cartas	comedias	canciones	cuentos	chistes	anécdotas	parodias	novelas	
poemas	ensayos													
prosa lírica	cartas													
comedias	canciones													
cuentos	chistes													
anécdotas	parodias													
novelas														

E X P O S I T I V A	<p>Objetivo básico: explorar y presentar información.</p> <p>Audiencia: el autor y otras personas Basado en hechos objetivos. Ámbitos académico y laboral. Informa, describe y explica. Sigue modelos estructurales. Busca claridad.</p>	<p>informes exámenes cartas ensayos manuales periodismo literatura científica</p> <p>noticias entrevistas normativa instrucciones</p>
P E R S U A S I V A	<p>Objetivo básico: influir y modificar opiniones.</p> <p>Audiencia: otras personas Pone énfasis en el intelecto y/o en las emociones. Ámbito académico, laboral y político. Puede tener estructuras definidas. Real o imaginado.</p>	<p>editoriales cartas panfletos ensayos publicidad literatura científica</p> <p>anuncios eslóganes peticiones artículos de opinión</p>

Completar este cuadro vacío con las características y la forma de los textos corporativos.

	CARACTERÍSTICA	FORMA
C O R P O R A T I V A	<p>Objetivo básico:</p> <p>Audiencia:</p>	



PARA LA REFLEXIÓN

El siguiente cuadro tiene suma importancia que usted recién valorará a medida que vaya avanzando en las enseñanzas de este curso formativo y de perfeccionamiento. Recuerde que solo los escritores profesionales se plantean las preguntas que leerá a continuación y que usted deberá incorporar en su práctica.

GUÍA PARA EXPLORAR EL PROBLEMA RETÓRICO

Propósito

- ¿Qué quiero conseguir con este texto?
- ¿Cómo quiero que reaccionen los lectores?
- ¿Qué quiero que hagan con mi texto?
- ¿Cómo puedo formular en pocas palabras mi propósito?

Audiencia (receptor)

- ¿Qué sé de las personas que leerán el texto?
- ¿Qué saben del tema sobre el que escribo?
- ¿Qué impacto quiero causarles?
- ¿Qué información tengo que explicarles?
- ¿Cómo se la tengo que explicar?
- ¿Cuándo leerán el texto? ¿Cómo?

Autor (emisor)

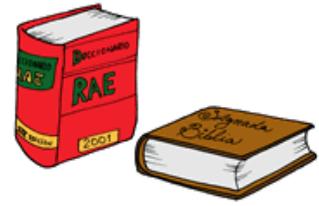
- ¿Qué relación espero establecer con la audiencia?
- ¿Cómo quiero presentarme?
- ¿Qué imagen mía quiero proyectar en el texto?
- ¿Qué tono quiero adoptar?
- ¿Qué saben de mí los lectores y las lectoras?

Escrito (mensaje)

- ¿Cómo será el texto que escribiré?
- ¿Será muy largo/corto?
- ¿Qué lenguaje utilizaré?
- ¿Cuántas partes tendrá?
- ¿Cómo me lo imagino?

NORMATIVA DE LA LENGUA

I. EXPRESIONES CORRECTAS



INCORRECTAS

CORRECTAS

✓ A vapor, a color, a pilas	De vapor, de color, de pilas
✓ Entrar a, ingresar a	Entrar en, ingresar en
✓ De acuerdo a	De acuerdo con
✓ Conforme con	Conforme a
✓ En base a	Sobre la base de
✓ Bajo mi punto de vista	Desde mi punto de vista
✓ Tareas a realizar (galicismo)	Tareas que serán realizadas / por realizar
✓ A nivel de	En el nivel de
✓ Con respecto de	Con respecto a / respecto de / respecto a
✓ Un lapso de tiempo / el lazo de unión	Un lapso / el lazo
✓ El día lunes	El lunes
✓ A las 8 horas	A las 8
✓ Atrás nuestro / adelante mío	Atrás de nosotros / delante de mí
✓ Es así que vivió ✓ Es allí que cayó ✓ Es entonces que lo vi	Es así como vivió Es allí donde cayó Es entonces cuando lo vi
✓ Anteúltimo	Penúltimo
✓ Más nada	Nada más
✓ Pasaron mucho hambre / un hambre violento	Pasaron mucha hambre / un hambre violenta
✓ Extrovertido	Extravertido

✓ La primer obra / la tercer hora	La primera obra / la tercera hora
✓ En relación a	En relación con / con relación a
✓ Pensar de que / entender de que	Pensar que / Entender que
✓ Tener duda que / estar seguro que	Tener duda de que / estar seguro de que
✓ A condición que / darse cuenta que	A condición de que / darse cuenta de que
✓ Interín	Ínterin
✓ Debe tener veinte años	Debe de tener veinte años (Posibilidad)
✓ Debes de hacer tu trabajo	Debes hacer tu trabajo (Obligación)
✓ De arriba a abajo	De arriba abajo
✓ Vino recién	Vino recientemente
✓ Recientemente nacido	Recién nacido
✓ Vertir	Verter
✓ Cactus / eucaliptus	Cacto / eucalipto
✓ Llorisquear	Lloriquear
✓ Tal es así	Tan o tanto es así
✓ Pasó desapercibido	Pasó inadvertido
✓ Aquella es la casa a donde vamos ✓ Voy adonde quiero ✓ ¿A dónde vives?	Aquella es la casa adonde vamos. (Prop.Adj.) Voy a donde quiero (Prop. Adv. de Lugar) ¿Dónde vives?
✓ Habrán grandes fiestas ✓ Hubieron revueltas ✓ Hacen diez días ✓ Hoy harán cien años	Habrá grandes fiestas Hubo revueltas Hace diez días Hoy hará cien años

A partir de ahora, aplíquelas a sus escritos.



CONSIGNA N.º 2

Corrija el siguiente fragmento reescribiendo el texto a partir de las expresiones correctas estudiadas en el punto I.

En base a lo conversado y a nivel psicológico, usted debería entrar a la etapa adulta. Considero de que, bajo mi punto de vista y con respecto de las decisiones a considerar, habrán grandes cambios en su vida. El día lunes a las 9 horas, es decir a la primer hora de la jornada, lo espero conforme de lo convenido. Será entonces que fijaremos una rutina diferente a la ya acordada. Lograremos que detrás nuestro queden olvidados los lapsos de tiempo perdidos.

II. LOS SIGNOS DE PUNTUACIÓN



¿Sabía usted que los signos de puntuación indican pausas obligatorias, delimitan frases y párrafos, y establecen la jerarquía sintáctica de las frases, consiguiendo así estructurar el texto, ordenar las ideas y jerarquizarlas en principales y secundarias, y eliminar ambigüedades?

Como redactor de textos laborales usted debe tomar conciencia de que los signos de puntuación requieren un empleo muy preciso; si se ponen en el lugar equivocado, las palabras y las frases dejan de decir lo que el autor quería expresar.

Si bien la puntuación varía según el estilo de escritura y el tipo de texto que se escribe, no eximen a nadie de cumplir con ciertas normas mínimas y de evitar errores generalmente considerados como inaceptables. De ahí la importancia de conocer y aplicar las normas básicas de la puntuación.

Le proponemos lo siguiente:

1. Enumere todos los signos de puntuación que usted usa y reconoce en los escritos.
2. Anote todas las reglas que recuerde en su cuaderno de apuntes de la manera en que vayan apareciendo en su mente.
3. Con ese esquema, lea lo que sigue, compare, ajuste, amplíe y complete. Fije por escrito los nuevos conceptos y, si aparecen dudas, envíe a su tutora sus preguntas concretas.
4. A medida que usted vaya asimilando el uso de puntos, comas, comillas, etc., reflexione sobre su uso, compare ejemplos, busque situaciones difíciles y plantéelas en sus consultas.

Le recordamos que este ítem marcará su diferencia como profesional de la escritura. De su empleo acertado dependerá la excelencia de su trabajo.

Usted debe saber que la puntuación nos permite ordenar el texto y distinguir el valor prosódico de las palabras, el sentido de las oraciones y de cada uno de sus miembros. Aunque muchas veces la puntuación es subjetiva, no deben desconocerse las normas correspondientes.

Puntuar un texto consiste en colocarle los signos ortográficos adecuados para dar sentido y entonación a la escritura y a la lectura.

A continuación, se incluyen no solo los signos de puntuación propiamente dichos, sino otros, denominados auxiliares, que también se emplean en los escritos:

a) Signos de puntuación que expresan pausa:

- ✓ Punto (.)
- ✓ Coma (,)
- ✓ Punto y coma (;)
- ✓ Dos puntos (:)
- ✓ Puntos suspensivos (...)



b) Signos de puntuación que expresan matices de entonación:

- ✓ Interrogación (¿?)
- ✓ Exclamación o admiración (!)

c) Signos auxiliares de puntuación

- | | |
|-------------------------|------------------------------|
| ✓ Apóstrofo (') | ✓ Dos rayas o doble raya (=) |
| ✓ Asterisco (*) | ✓ Guión o guión corto (-) |
| ✓ Barra doble (/ /) | ✓ Llave { } |
| ✓ Barra (/) | ✓ Manecilla ☞ |
| ✓ Calderón (¶) | ✓ Paréntesis () |
| ✓ Comillas altas (" ") | ✓ Párrafo (§) |
| ✓ Comillas bajas («») | ✓ Pleca doble () |
| ✓ Comillas simples ('') | ✓ Puntos encorchetados [...] |
| ✓ Corchetes [] | ✓ Raya o guión largo (—) |
| ✓ Diéresis o crema (ü) | |

II.1. USO DE LA COMA. Parte I

La palabra *coma* proviene del griego *comma*, que significa *trozo, corte y*, en efecto: la coma representa el menor corte, la pausa más pequeña que se marca dentro de un enunciado. Con su forma y su función moderna, ya estaba en uso a mediados del siglo XVI.



La coma delante de incisos –aclaraciones– (debe colocarse una al comienzo y otra al final)	
Aposiciones explicativas.	<i>Cuando llegó Adrián, el marido de mi hermana, todo se aclaró.</i>
Adjetivos explicativos pospuestos al sustantivo.	<i>Los soldados, cansados, volvieron al campamento con dos horas de retraso.</i>
Suboraciones o proposiciones adjetivas explicativas.	<i>La casa, que está al borde del mar, es muy luminosa.</i>
Expresiones u oraciones de carácter accesorio, sin vinculación sintáctica con los elementos del enunciado en el que se insertan.	<i>Tus rosquillas, ¡qué delicia!, son las mejores que he probado en mi vida.</i>
Cualquiera otra clase de comentario, explicación o precisión a algo dicho.	<i>El buen gobernante, según sostenía un célebre político, debe estar siempre preparado para abandonar el poder.</i>
Separación de elementos o proposiciones dentro de un mismo enunciado	
Elementos de una enumeración, siempre que estos no sean complejos.	<i>Ayer me compré dos camisas, un pantalón, una chaqueta y dos pares de zapatos.</i>
Cuando la enumeración es exhaustiva, el último elemento va introducido por una conjunción (y, e, o, u, ni), delante de la cual no debe escribirse coma.	<i>No le gustan las manzanas, las peras ni los plátanos.</i>
Si la enumeración es incompleta y solo se escogen algunos elementos	<i>Estamos amueblando el salón; hemos comprado el sofá, las alfombras, la</i>

representativos, no se escribe conjunción alguna delante del último término.	<i>lámpara...</i>
Se separan mediante comas los miembros gramaticalmente equivalentes dentro de un mismo enunciado. En el caso de que el último término vaya introducido por una conjunción, no se coloca coma delante de esta.	<i>Llegué, vi, vencí.</i> <i>No te vayas sin correr las cortinas, cerrar las ventanas, apagar la luz y echar la llave.</i>
Casos especiales de conjunciones copulativas y disyuntivas precedidas de coma	
Cuando se vinculan elementos complejos que se separan unos de otros por punto y coma, delante de la conjunción que introduce el último de ellos, se escribe una coma (o también un punto y coma).	<i>En el armario colocó la vajilla; en el cajón, los cubiertos; en los estantes, los vasos, (;) y los alimentos, en la despensa.</i>
Cuando la secuencia que encabezan enlaza con todo el predicado anterior, y no con el último de sus miembros coordinados.	<i>Pagó el traje, el bolso, los zapatos, y salió de la tienda.</i> <i>No sé si irme de vacaciones a Francia o a Italia, o quedarme en casa.</i>
Cuando se enlazan miembros gramaticalmente equivalentes dentro un mismo enunciado, si el último de ellos no pertenece a la misma serie o enumeración, por indicar normalmente una conclusión o consecuencia.	<i>Pintaron las paredes de la habitación, cambiaron la disposición de los muebles, pusieron alfombras nuevas, y quedaron encantados con el resultado.</i>
Es frecuente (no obligatorio) que entre proposiciones coordinadas se ponga coma delante de la conjunción, cuando la primera tiene cierta extensión.	<i>O vienes conmigo antes de que pierda la paciencia, o te quedas aquí para siempre.</i>
Cuando la conjunción y tiene valor adversativo.	<i>Le aconsejé que no comprara la casa, y no me hizo caso.</i>
Debe escribirse coma delante de cualquiera de estas conjunciones, si inmediatamente antes hay un inciso que deba ir aislado entre comas del resto del enunciado.	<i>Mi abuelo, que era un gran aficionado a la poesía, y el maestro del pueblo fundaron una revista literaria.</i>

Otros casos	
Se colocan entre comas los sustantivos que funcionan como vocativos.	<i>Javier, no quiero que salgas tarde. No quiero, Javier, que salgas tarde. No quiero que salgas tarde, Javier.</i>
Se escriben entre comas las interjecciones o locuciones interjectivas.	<i>Bah, no te preocupes. No sé, ¡ay de mí!, cuánto tiempo más voy a a poder soportarlo.</i>
Se usa coma para indicar la elisión del verbo antes mencionado.	<i>Su hijo mayor es rubio; el menor, moreno.</i>
Se escribe coma delante de cada elemento coordinado por <i>bien... bien, ora... ora, ya... ya</i> .	<i>Organizaremos la fiesta, bien en tu casa, bien en la mía.</i>
Se escribe coma delante de <i>excepto, salvo, menos</i> .	<i>Todo me irrita, excepto la soledad.</i>
Se escribe coma delante de <i>pero, mas, aunque, sino (que)</i> .	<i>Hazlo si quieres, pero luego no digas que no te lo advertí.</i>
Se escribe coma delante de proposiciones consecutivas introducidas por <i>conque, así que, de manera que, etc.</i>	<i>Prometiste ayudarla, así que no te hagas el remolón.</i>
Ante proposiciones causales, lógicas o explicativas.	<i>Ha llovido, porque está el suelo mojado.</i>
Se escribe coma para separar los dos términos de la construcción copulativa intensiva <i>no solo... sino también</i> .	<i>Sus palabras fueron consideradas ofensivas no solo por mí, sino también por todos los presentes.</i>

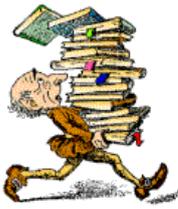
Los ítems sombreados son los que poseen más uso en la redacción corporativa. A partir de ahora, aplique a sus escritos estos principios. La/o ayudarán a expresar mejor sus pensamientos. Consulte con su tutor/a en caso de dudas.

**¿Ha comprendido los conceptos fundamentales, los ejemplos y las citas de esta primera clase?
Consulte con su tutor/a en caso de dudas.**

SEGUNDA CLASE (SEGUNDA SEMANA)

El texto en el ámbito de la empresa





CLASE N.º II

El texto y sus relaciones internas: la cohesión

En esta clase podrá aprender cuáles son los mecanismos que todo escritor deberá emplear para que su texto posea un entretejido de relaciones internas, es decir, entre las palabras y las oraciones que lo componen y que le darán consistencia y cohesión. Si quisiéramos acudir a un ejemplo práctico podríamos imaginar la masa de una torta donde todos sus ingredientes se han amalgamado para formarla, o bien, un tejido donde los diferentes hilos de su trama o tela han diseñado un cuerpo homogéneo.

Esta cualidad de los textos: la cohesión, permite al lector seguirlos en su lectura desde el comienzo al fin, sin tropiezos ni dudas respecto del mensaje que se quiso transmitir.

De ahí que antes de leer la clase le pedimos que conteste al siguiente cuestionario:



- a) ¿Qué mecanismos usa para cohesionar sus textos a fin de que no den la sensación de que existen hilos sueltos o mal entramados?
 - b) ¿Emplea en su escritura algunas palabras que conecten una oración con otra, una secuencia con la que sigue?
 - c) En las narraciones sobre un suceso ¿sigue un plan determinado? ¿Qué solución implementa cuando se encuentra que ha repetido innecesariamente acciones y comentarios?
- ✦ Anote en su cuaderno de apuntes estas reflexiones.
 - ✦ Lea luego la clase y complete el esquema que seguramente tenía estructurado pero que le faltaba sistematizarlo.
 - ✦ Si ha llegado a nuevas conclusiones y por ende ha generado conocimiento, coménteselo a su tutora en el foro y compártalo con sus compañeros.

REDACCIÓN:

Partimos de la premisa de que las personas, por el hecho de hablar el castellano y de formar parte de una comunidad que maneja un mismo código lingüístico, ya cuentan con determinadas competencias que, en general, están incorporadas de manera implícita y automatizada.



Como ya expresamos, nuestro objetivo principal es enseñar cómo utilizar esos conocimientos ya adquiridos y brindar las herramientas necesarias para lograr una comunicación efectiva. Creemos que enumerar un conjunto de reglas gramaticales solamente puede ser poco útil, ya que son demasiadas las convenciones y, muchas veces, difíciles de recordar.

De ahí que apuntamos a que el redactor tome conciencia de que existen otras propiedades de los textos tan importantes como la gramática y que deberá tener en cuenta cada vez que realice un trabajo escrito.

Proponemos, en virtud de ello, una serie de conceptos que el cursante deberá recordar y poner en práctica de ahora en adelante.

Por tanto, los objetivos son:

- ✦ **que el redactor enlace correctamente las frases,**

Cohesión: saber conectar las distintas frases que forman un texto.

- ✦ **que logre textos coherentes,**
- ✦ **que aprenda a estructurar y a organizar la información,**

Coherencia: construir unidad de significado y linealidad textual, seleccionando y estructurando la información relevante.

- ✦ **que adopte un determinado registro con expresiones más formales o más coloquiales,**

Adecuación: adoptar el registro adecuado para cada situación.

✦ **que pueda generar escritos formalmente correctos.**

Corrección gramatical: conocer las reglas fonéticas y ortográficas, morfosintácticas y léxicas de la lengua que permiten construir oraciones aceptables. En este caso, seleccionaremos las reglas que puedan aprenderse y memorizarse fácilmente.

Sobre la base de estas definiciones, seguimos avanzando.

Dentro del entorno empresarial, las comunicaciones se vuelven cada vez más complejas, por ello es necesario contar con habilidades en la comunicación que colaboren con las metas institucionales.

De acuerdo con esa complejidad, se hace imprescindible que los miembros del equipo de trabajo de la empresa conozcan y diferencien las tipologías textuales (informes, cartas, correos electrónicos, gacetas, *newsletter*, entre otros) así como el registro apropiado para cada situación comunicativa respondiendo a determinadas convenciones sociales.

Lograr escritos que resulten claros y eficaces no es tarea fácil, deben reunir una serie de condiciones de legibilidad. Daniel Cassany las sintetiza en su libro *La cocina de la escritura*, de la siguiente manera que nosotros adaptamos:

El escrito llano y eficaz usa un lenguaje apropiado al lector (registro, vocabulario) y a sus necesidades y conocimientos, vertidos en el documento (tema, objetivo). Es decir, el texto elegido se adapta a cada situación, tiene un diseño racional que permite encontrar la información importante en seguida, se puede entender la primera vez que se lee, y cumple los requisitos legales necesarios (2012: 27).

¿Qué entendemos por texto (tejido)?

El texto es “una unidad del lenguaje en uso” y como tal, una unidad de significado de mayor tamaño que la oración, que se manifiesta a través de relaciones gramaticales y léxicas, y responde a un contexto.

1. El texto como una red de relaciones

LA COHESIÓN

Decimos que un texto tiene sentido cuando sus ideas están conectadas unas con otras. En otras palabras, cuando nos encontramos ante un artículo, podemos comprender la frase que estamos leyendo, porque existe una relación con las frases anteriores.

Esa propiedad de relación o conexión entre las frases de un escrito se denomina "cohesión". Dicho de otra manera, la cohesión es el hilo que une los elementos de un texto para lograr una unidad global de significado.

Si la cohesión o esa red de relaciones entre frases persiste de manera adecuada a lo largo de todo el texto, al final de su lectura, el receptor podrá rescatar con claridad un concepto global del mensaje. Sin la cohesión, un texto sería una lista inconexa de ideas.

Veamos el siguiente caso:

A María se le quemó la lamparita del ropero. María fue al supermercado.

En primer lugar, estas dos oraciones no aparentan mantener una relación entre ellas. Para transformarlas en un texto cohesivo, tendríamos modificarlas de la siguiente forma:

A María se le quemó la lamparita del ropero. Entonces, ella fue al supermercado a comprar una nueva.

Ahora sí logramos que esas oraciones tengan un significado global como texto con tan solo agregar un **conector** (entonces) que indica causa-efecto, un **pronombre** personal (ella) para reafirmar que es María quien va al supermercado (que también podríamos haber suprimido porque en la desinencia verbal de la segunda oración estaría implícito el sujeto), y, con aclarar que el motivo por el cual va allí es a comprar "una nueva", no necesitamos repetir "lamparita" (**elipsis**).

Estas herramientas que acabamos de emplear (conectores, pronombres, elipsis) se denominan **mecanismos de cohesión** que definimos como:

lazos de unión entre las frases de un texto que crean esa red de relaciones y que le permiten actuar como mensaje completo y significativo.

a) Mecanismos de cohesión²

1) REFERENCIA

Uno de los mecanismos de cohesión es la referencia que se define como el medio que se utiliza para aludir un elemento que ya ha sido nombrado en el texto. Para hacerlo, se emplean los artículos definidos (la/s, el/los) e indefinidos (uno/a), pronombres personales (él, se, te), posesivos (tu, mi), demostrativos (aquel, este), relativos (quien, cuyo), y los adverbios de lugar y tiempo (aquí, allá).

En definitiva, la referencia es el mecanismo que relaciona elementos a través de estos tipos de palabra. En el Anexo I, podrás encontrar una tabla con la clasificación de los pronombres.

El microrrelato que presentamos a continuación trata de una mariposa, de sus alas y de una bruja. Ya que estos elementos son centrales en el cuento, vamos a analizar cómo el autor se refiere constantemente a ellos.

"La Mariposa con alas de oro", Sir Helder Amos

Había una vez **una mariposa** que, a pesar de los bellos colores que tenían **sus** alas, **quería** tener unas brillantes y doradas alas de oro, así que un día, viajó desde la verde pradera donde **ella** vivía hasta el Bosque Oscuro donde había **una Tara Bruja** que era la única, que, usando **su magia**, podía convertir en realidad el sueño de **la mariposa** de tener alas de oro.

Cuando **la Tara Bruja** vio a la **mariposa** con **sus** hermosas y coloridas alas **quedó** fascinada, y **aceptó**, sin dudarle por un momento, convertir las alas de **la mariposa** en oro, a cambio de **sus** colores.

Y así **la mariposa le** dio **sus** colores a **la Tara Bruja** y **esta** convirtió **sus** alas en oro; pero cuando **la mariposa** intentó volar, descubrió que **sus** nuevas alas de oro eran muy pesadas y que no podía cargar con estas; pero a **ella** no **le** importó, porque tenía lo que **quería**, así que **la mariposa** pasó el resto de **sus** días admirando y deslumbrándose con el brillante color dorado de **sus** alas de oro.

² Adaptación del modelo de Hallyday & Hasan, en AA.VV (2011) *Gramática textual*, Buenos Aires: Ediciones Mallea.

El azul hilvana las referencias utilizadas para “una mariposa” y el rojo para “una Tara Bruja”.

En el siguiente cuadro se lee que, a lo largo del cuento, el autor alude a ellas con pronombres personales (ella, le, se), posesivos (su/s) y demostrativos (esta).

Elementos principales	Referencias
Una mariposa	Sus alas, ella vivía, sus colores, sus nuevas alas, a ella no le importó, sus días.
Una Tara Bruja	Su magia, le dio, esta.

Aquí tenemos otro caso donde se emplea un adverbio de lugar.

*Estaba **allí**, sentado, **en el rincón de la cuna**, listo para atacar, nadie nunca sospecharía nada de él, porque era muy tierno e inofensivo.*

El elemento principal es “en el rincón de la cuna” y el adverbio de lugar que se refiere a él, “allí”.

Riesgo de ambigüedad

En el relato de la mariposa, a medida que avanzamos en la lectura, seguimos comprendiendo cuándo “sus” o “esta” se refieren a la mariposa y cuándo a la bruja, porque el autor las introduce una y otra vez en forma reiterada.

En las siguientes oraciones podemos interpretar que “sus colores” se refiere a los de la mariposa y que “esta” a la bruja, porque están cerca unos de otros, pero bien diferenciados.

*Y así **la mariposa le dio sus colores a la Tara Bruja y esta convirtió sus alas en oro [...]**.*

De lo contrario, si el autor se quedara únicamente con las presentaciones de la mariposa y de la bruja del primer párrafo, en las frases que siguen nos sería difícil identificar el elemento al cual se está aludiendo con los pronombres.

Por ello, hay que ser cautelosos cuando utilizamos los pronombres, artículos o adverbios. Debemos prestar atención a si el elemen-

to al que se están refiriendo ha aparecido recientemente en el texto, para que el lector pueda conectarlos. Pues cuando hay cierta distancia y existe más de un referido, la lectura podría entorpecerse y llevar a confusiones. Cuando esto ocurre, estamos ante un vicio o riesgo de ambigüedad.

Mostramos un posible caso.

Cuando la mariposa llegó a lo de la bruja, ella miró sus alas detenidamente.

“Ella” ¿se refiere a la mariposa o la bruja? (No olvidemos que las brujas también vuelan).

El uso de los artículos

Los adjetivos indefinidos (un, unos, una, unas) sirven para introducir un concepto por primera vez, que es desconocido. En cambio, los artículos (el, la, los, las) presentan el nombre de algo que ya ha sido nombrado antes y que resulta conocido para el lector.

Supongamos que la redacción del primer párrafo del relato de la mariposa fuera esta:

Había una vez una mariposa que, a pesar de los bellos colores que tenían sus alas, quería tener unas brillantes y doradas alas de oro, así que un día, viajó desde la verde pradera donde ella vivía hasta el Bosque Oscuro donde había una Tara Bruja que era la única que, usando su magia, podía convertir en realidad el sueño de una mariposa de tener alas de oro.

¿Por qué el autor habría de hablar por segunda vez de “una mariposa” si ya conocemos su existencia? Se podría pensar que se trata de otra mariposa, diferente de la primera. Sería adecuado que la segunda vez dijera “la mariposa” en lugar de “una mariposa”.

2) REITERACIÓN (SINONIMIA, CADENAS COHESIVAS)

La reiteración es otro de los mecanismos de la cohesión. Dijimos antes que identificamos las referencias a lo largo del texto, porque el autor introduce una y otra vez los elementos a los cuales alude y que, por ello, entendemos que es necesaria una aparición reiterada de ciertos componentes. Pero para hacerlo sin caer en la repetición constante de una misma palabra (lo que nos llevaría a un texto monótono), existen diferentes formas de reiteración.

Estas son:

- sinónimos,
- cuasisinónimos y
- palabras generales.

Tomemos algunos ejemplos del siguiente relato.

“El niño perdido y la madre irresponsable”, Sir Helder Amos

—Estimados clientes —dijo el altavoz que se encontraban en todos los pasillos de la tienda—, hemos encontrado a un **niño** perdido.

—Es que ahora las **madres** son irresponsables —dijo la **mamá** de **Tommy**—. ¿Cómo se les puede perder un **hijo**? Eso pasa porque no les prestan atención a sus **criaturas**.

—El **chico** se dice llamar Tommy —siguió diciendo el altavoz— y le agradecemos a su **madre** o representante que pase a recogerlo por las oficinas administrativas. Gracias.

—¿Qué? ¡¿Tommy?! ¿Mi Tommy? Si yo lo tenía a mi lado justo hace un par de segundos.

Y efectivamente cuando **la mujer** volteó la cabeza para buscar a **su pequeño**, notó que Tommy no estaba a su lado y salió corriendo a buscarlo a las oficinas administrativas.

Sinónimos /antónimos

Los sinónimos son palabras que tienen significados parecidos, como el caso de “niño” y “chico”. Los antónimos, opuesto: limpio/sucio.

Cuasisinónimos

Los cuasisinónimos son voces que funcionan como sinónimos dentro de un contexto. Por ejemplo: “Tommy” y “pequeño”. Fuera de este relato, “Tommy” no funciona como sinónimo de “pequeño”.

Palabra general o hiperónimo

La palabra general (hiperónimo) es aquella que expresa el conjunto o el género al cual pertenece un determinado elemento (hipónimo):

mueble → cama, mesita, silla

el primero es el hiperónimo que engloba a los otros tres, los hipónimos. Algunos de los hiperónimos más usados que podemos nombrar: gente, flor, criatura y objeto. En el relato anterior, la palabra general o hiperónimo “mujer” responde a la particular o hipónimo “madre”.

Cuando utilizamos este último mecanismo de reiteración, es conveniente introducir primero el hipónimo o elemento particular, pa-

ra ganar precisión de significado y, luego, la palabra general. De otra forma, sería desconcertante enterarnos o comprender el detalle cuando ya hemos avanzado en la lectura.

3) SUSTITUCIÓN

La sustitución es el mecanismo de cohesión por el cual se puede reemplazar una construcción por otra y lograr que mantengan un idéntico significado. Veamos un ejemplo para que quede claro.

Ayer me quedé estudiando todo el día. Mi hermano hizo lo mismo.

“hizo lo mismo” reemplaza la construcción “ayer quedarse estudiando todo el día”. Sin la sustitución, la segunda oración sería: “Ayer mi hermano se quedó estudiando todo el día”.

4) ELIPSIS

Este mecanismo de cohesión funciona cuando se omite un elemento, el cual debe ser recuperado del texto por el lector. Cuando leamos el siguiente texto, nos vamos a dar cuenta de que utilizamos la elipsis más de lo que pensamos.

“El deseo del mono”, Sir Helder Amos	
Versión original	Versión sin elipsis
El mono se sentó cansado en frente del espejo, acababa de llegar de su práctica de Caminata Erguida, y vio con esperanzas la pequeña réplica del Hombre de Vitruvio que estaba pegada en la esquina superior izquierda de su espejo; pronto sería como él, pronto...	El mono se sentó cansado en frente del espejo, <u>el mono</u> acababa de llegar de su práctica de Caminata Erguida, y <u>el mono</u> vio con esperanzas la pequeña réplica del Hombre de Vitruvio que estaba pegada en la esquina superior izquierda de su espejo; pronto <u>el mono</u> sería como él, pronto...

También se pueden elidir verbos:

A mí me gusta el helado de frutilla; a Pablo, Ø el chocolate.

Aquí hay una elipsis de “le gusta” entre Pablo y el chocolate.

La elipsis, como la reiteración, se puede utilizar para evitar la monotonía o repetición innecesaria pero, al igual que con la referencia, hay que ser cautelosos en el momento de emplearla y estar atentos a que el elemento omitido se pueda recuperar fácilmente.

5) CONEXIÓN

Los conectores son mecanismos de cohesión porque relacionan las frases a partir de su significado propio. En la siguiente tabla enumeramos algunos conectores o marcadores textuales. Veremos, más adelante, que los conectores nos van a servir para ordenar la información.

VALOR	ALGUNOS EJEMPLOS
Ampliación	Y, e, o, por añadidura, también, además, de acuerdo con, sumado a esto, asimismo, además de esto, al mismo tiempo, paralelamente, a continuación, en otros casos, de la misma manera...
Causa – efecto	Porque, entonces, por esta razón, consecuentemente, en consecuencia, puesto que, debido a, por ello, por esta causa, por lo antedicho, de lo antedicho se desprende que, lo que antecede permite deducir, de ahí que, por lo tanto, así, en efecto, por consiguiente, consiguientemente, de modo que, por lo que, por lo cual, por eso...
Finalidad (mostrar propósitos o intenciones)	Para, en orden a, con el propósito de, en vistas a, con miras a, a fin de que, con el fin de, con el objetivo de, con la finalidad, a estos efectos, en procura de, para eso, para ello...
Contraste (mostrar oposición)	No obstante, sin embargo, en oposición a, con todo, aun, aunque, aun cuando, contrariamente a, pero, si bien, en contraste con, empero, a pesar de, pese a, en cambio, inversamente, al contrario, antes bien, de todas maneras...
Concesión	Aunque, si bien, a pesar de, incluso, con todo, sin embargo, pero, aunque...
Tiempo (relacionar ideas temporalmente)	Antes, después, mientras, anteriormente, más tarde, actualmente, previamente, posteriormente, un momento después, mucho tiempo antes, hasta que, cuando, finalmente, después, ya...
Condición	A condición de que, en caso de que, si, siempre que, con que, con tal de...

<p>Exposición (mostrar relaciones de orden entre partes del discurso o señalar continuidad discursiva en una exposición)</p>	<p>Primero, en primer lugar, antes que nada, para empezar, a continuación, luego, además, más adelante, en último término, para terminar, como colofón...</p>
<p>Locación (relacionar ideas en el espacio)</p>	<p>Aquí, acá, allá, en ese lugar, donde, allí, aliado, debajo, arriba, en el medio...</p>
<p>Modo (mostrar la manera en que los fragmentos se relacionan)</p>	<p>Como, de modo similar, del mismo modo, de igual manera, de diferente modo, de esta manera, similarmente, inversamente, así, igualmente, al contrario, diferente de...</p>
<p>Distinción</p>	<p>Por un lado, por una parte, en cambio, sin embargo, ahora bien, no obstante, por el contrario...</p>
<p>Tema (indicar asunto)</p>	<p>Con respecto a, por lo que se refiere a, otro punto es, en cuanto a, sobre, el siguiente punto, en relación con, acerca de...</p>
<p>Ejemplificación (Detallar y especificar)</p>	<p>Por ejemplo, tal es el caso de, para ejemplificar, en otras palabras, es como, es decir, en particular, es precisamente, lo que quiere decir, dicho de otra manera, o bien, verbigracia, a saber, así como, muestra, como, como se ha dicho, o sea, esto es, en efecto, más bien, mejor, en realidad, de hecho...</p>
<p>Resumen y conclusión</p>	<p>En resumen, en síntesis, recapitulando, en pocas palabras, para concluir, para terminar, sintéticamente, en forma sumaria, por último, en definitiva, para concretar, finalmente, en conclusión...</p>
<p>Énfasis (Destacar ideas)</p>	<p>Sobre todo, lo que es más importante, es preciso señalar, repetimos, subrayamos, conviene poner énfasis, cabe destacar, resaltar...</p>



RECOMENDACIONES

Es práctico tener esta lista presente para no repetir siempre los mismos conectores ante casos parecidos y ampliar así el vocabulario de nuestra prosa. Tenga siempre a mano una ficha con todos ellos.



Un *texto* es una unidad del lenguaje en uso, es decir, una unidad de significación cuyas oraciones conforman una red de relaciones. De ahí que el concepto de *textura* resulta apropiado para expresar la propiedad de "ser un texto": esta le permite funcionar como una unidad respecto de su contexto. Si un pasaje con más de una oración se percibe como un texto es porque existen ciertos rasgos lingüísticos que contribuyen, por medio de la textura, al logro de tal unidad. Por ejemplo en:

- (1) *Ordene los documentos por abecedario. Colóquelos en las carpetas de archivos según el año.*

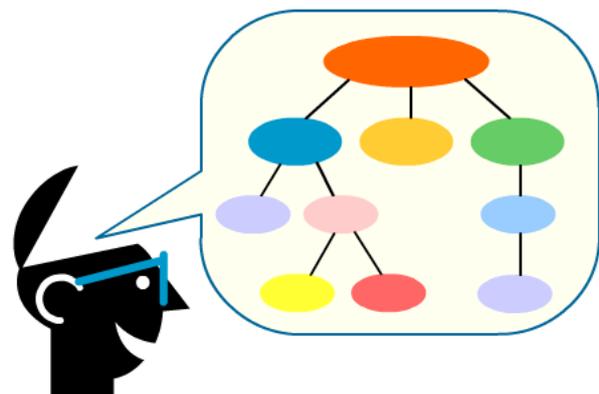
En la segunda oración, *los* se refiere a *los documentos*, estamos ante una referencia anafórica (alude a un elemento citado con anterioridad). Este elemento relaciona ambas oraciones y nos permite interpretarlas como un texto, es decir, como un todo, con elementos lingüísticos entrelazados, donde existen dos ítems: el referente (*los*) y el referido (*los documentos*). La correferencialidad de los ítems es lo que determina el significado de esta relación.

Por medio de la cohesión, podemos organizar las ideas en oraciones y párrafos en una secuencia lógica, ordenada y fácil de entender, reduciendo las repeticiones.

Mecanismos de cohesión:

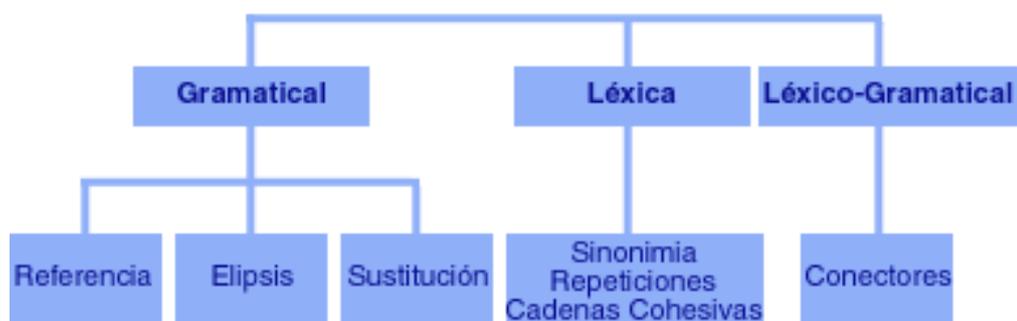
Los elementos de cohesión que permiten relacionar los diversos significados dentro de un texto son:

- **referencia**
- **reiteración**
- **sustitución**
- **elipsis**
- **conexión**



<p>REFERENCIA: se relaciona con otro elemento en el mismo texto.</p> <p><u>Anafórica:</u> hacia atrás.</p> <p><u>Catafórica:</u> hacia adelante.</p> <p>Se da a través de artículos definidos e indefinidos, pronombres personales, posesivos, demostrativos y algunos adverbios de lugar y tiempo.</p>	<p><u>Anafórica:</u></p> <p>Ej. Envío <i>el pedido</i> solicitado. <i>Este</i> (el pedido) será enviado por transporte expreso.</p> <p><u>Catafórica:</u></p> <p>Ej. <i>Le</i> envío el pedido solicitado. <i>Ud. lo</i> recibirá por transporte expreso...</p>
<p>REITERACIÓN: es la repetición de una palabra, puede ser una palabra general o sinónimos.</p>	<p>Ej.: <i>Las planillas</i> deberán completarse en un lapso de 48h. <i>Los formularios</i> se entregarán en gerencia.</p>
<p>SUSTITUCIÓN: es el reemplazo de una palabra o construcción por otra, manteniendo el significado del vocablo original.</p>	<p>Ej. Todo el personal de la Empresa debe realizarse <i>el control psicofísico</i>. <i>Los estudios</i> se llevarán a cabo en ...</p>
<p>ELIPSIS: es la omisión de palabras que se pueden reponer por el contexto.</p>	<p>Ej.: La Empresa no se responsabiliza por la enfermedad del Sr. Aldo González puesto que (<i>la enfermedad</i>) se produjo antes del ingreso a la firma.</p>
<p>CONEXIÓN: palabras que conectan partes de un texto y le otorgan diferentes significados.</p>	<p>El Gerente solicita respetar el horario de trabajo, <i>por consiguiente</i> realizará los controles pertinentes.</p>

Formas de Cohesión





CONSIGNA N.º 3

Cohesione y dé mayor consistencia a este “minicuento” de Julio Cortázar, agregando las palabras que considere indispensables para lograr un texto narrativo. (No sustituya ninguna, solo agregue las mínimas necesarias).

CORTÍSIMO METRAJE

Automovilista en vacaciones recorre las montañas del centro de Francia, se aburre lejos de la ciudad y de la vida nocturna. Muchacha le hace el gesto usual del auto-stop, tímidamente pregunta si dirección Beaune o Tournus. En la carretera unas palabras, hermoso perfil moreno que pocas veces pleno rostro, lacónicamente a las preguntas del que ahora, mirando los muslos desnudos contra el asiento rojo. Al término de un viraje el auto sale de la carretera y se pierde en lo más espeso. De reojo sintiendo cómo cruza las manos sobre la minifalda mientras el terror poco a poco. Bajo los árboles una profunda gruta vegetal donde se podrá, salta del auto, la otra portezuela y brutalmente por los hombros. La muchacha lo mira como si no, se deja bajar del auto sabiendo que en la soledad del bosque, cuando la mano por la cintura para arrastrarla entre los árboles, pistola del bolso y a la sien. Después billetera, verifica bien llena, de paso roba el auto que abandonará algunos kilómetros más lejos sin dejar la menor impresión digital porque en ese oficio no hay que descuidarse.



EJERCICIOS DE AUTOEVALUACIÓN

¿A qué tipo de cohesión corresponden estos ejemplos?

- * Juan se compró un suéter y le regalaron dos.
- * Todavía no sabe el abecedario. El alfabeto es lo último que se aprende.
- * La mujer era una princesa, Emilia a su lado se sentía una mendiga.
- * Me regaló una pulsera de oro. Esas joyas me fascinan.
- * Leyó una novela de Bioy. La novela de la invención de una máquina.
- * —¿Quién tiene el diario del domingo?
— Papá.

NORMATIVA DE LA LENGUA

I. EL ACENTO ORTOGRÁFICO



¿Qué conocimientos tiene usted de las reglas de acentuación de las agudas, graves, esdrújulas o sobreesdrújulas?, ¿sabe para qué sirve el acento diacrítico?, ¿qué nuevas disposiciones incorporó la Real Academia Española (RAE) respecto de la tildación de ciertas palabras?

En nuestra trayectoria escolar, todos hemos incorporado estos conceptos.

Le proponemos:

1. Piense, recuerde y exprese esas nociones por escrito en su cuaderno de notas.
2. Luego, compárelas con los conceptos expuestos en el presente módulo y reflexione acerca de cómo amplía, profundiza o reconstruye sus ideas previas.
3. Por último, fije por escrito los nuevos conceptos y consulte a su tutora sus posibles dudas.

Acento es la mayor intensidad con que se pronuncia alguna de las sílabas de una palabra. Esa sílaba que se pronuncia con más fuerza se denomina *sílaba tónica*. Se llamará *sílaba átona* a aquella en la que no recae el acento de intensidad.

Hay tres clases de acento:

- ✓ ortográfico o tilde: es el acento escrito (rayita oblicua colocada sobre la vocal de la sílaba tónica);
- ✓ prosódico o fonético: es el acento que se pronuncia, pero que no se escribe;
- ✓ diacrítico: es el acento ortográfico que va en algunas palabras, que se escriben igual que otras, para distinguir su naturaleza, significado y función.

Para advertir sobre la importancia de la correcta acentuación de las palabras, basta pensar que el significado de un vocablo puede estar determinado por la situación de la sílaba tónica. Por ejemplo, la

palabra **ce-le-bre** puede tener distintos significados, según dónde se coloque su acento.

célebre: (adjetivo: famoso, que tiene fama).

celebre: (verbo "celebrar"; inflexión verbal: 1º o 3º pers. sing., Presente del modo subjuntivo).

celebré: (verbo "celebrar"; inflexión verbal: 1º pers. sing., Futuro del modo indicativo).

Así las palabras **célebre**, **celebre** y **celebré** solo se diferencian por la caída de su acento en la antepenúltima, penúltima y última sílabas respectivamente. Según este criterio, las palabras se clasifican de la siguiente manera:

- 1) Graves: tienen acentuada la penúltima sílaba: tórax, cárcel, joven, mástil.
- 2) Agudas: llevan el acento en la última sílaba: laurel, ombú, mantel, solución.
- 3) Esdrújulas: son las que se acentúan en la antepenúltima sílaba: período, próximo, clásico.
- 4) Sobresdrújulas: son las que se acentúan en cualquier sílaba anterior a la antepenúltima: perdóneselo, adviértaseme, señálemelo.

En síntesis, la sílaba tónica o acentuada de las palabras agudas o graves puede llevar una tilde –representación gráfica del acento prosódico– sobre la vocal de esa sílaba. Las palabras esdrújulas y sobresdrújulas siempre llevan tilde en la sílaba acentuada.

1. Reglas generales de uso de la tilde

- 1) Las palabras *agudas* llevan tilde si terminan en **n**, **s** o **vocal**.
 - n** → constitución, saldrán, pasión.
 - s** → jamás, estudiarás, compás.
 - vocal** → maní, determiné, cantó, ñandú.
- 2) Las palabras *graves* llevan tilde cuando no terminan en **vocal** o consonante distinta de **n** y **s** (es decir, si no terminan en **n**, **s** o **vocal**):
 - césped mármol álbum carácter ántrax

Nota: las palabras graves que terminan en dos consonantes, aunque la segunda sea *s*, se escriben con tilde:

 - fórceps bíceps tríceps

- 3) Las palabras *esdrújulas* y *sobresdrújulas* siempre llevan tilde:
 núcleo - plástico - pérfido - magnífico (esdrújulas)
 íbamonos - ubíquemelo - relacióneselo (sobresdrújulas)

2. Uso de la tilde: casos especiales

1. Colocación de la tilde en los diptongos

Un diptongo es el conjunto de dos vocales que se pronuncian en una misma sílaba. A efectos ortográficos, para que haya diptongo debe darse una de estas dos situaciones:

- ◆ Que se sucedan una vocal abierta (**a, e, o**) y una cerrada (**i, u**), o viceversa, siempre que la cerrada no sea tónica: **ai - au - ei - eu - oi - ou - ia - ie - io - ua - ue - uo**.

Ejemplos:

aire - causa - peine - oiga - viaje - ciego - quiosco - suave
 - fuerte - cuota

- ◆ Que se combinen dos vocales cerradas (**i, u**) distintas: **ui, iu**.

Ejemplos:

ruido - diurético - jesuita

- ◆ Casos de pronunciación alternante: *fluir, incluido, cruel, desviado, enduido*. A efectos de la acentuación gráfica, se considerará siempre que se trata de diptongos.

Nota: la **h** intercalada entre dos vocales no impide que estas formen diptongo.

Las palabras con diptongo llevan tilde cuando lo exigen las reglas generales de la acentuación:

- En los diptongos formados por una vocal abierta tónica y una cerrada átona o viceversa, la tilde se coloca siempre sobre la vocal abierta:

adiós - cambié - náutico - murciélago - Cáucaso

- En los diptongos formados por vocales cerradas, la tilde se coloca sobre la segunda vocal:

lingüístico - benjuí - interviú.

- Los infinitivos terminados en **-uir** (*atribuir, huir*) y sus participios (*atribuido, huido*) no llevan tilde.

2. Colocación de la tilde en los **triptongos**

Un triptongo es el conjunto de tres vocales que se pronuncian en una misma sílaba. Los triptongos están formados por una vocal abierta que ocupa la posición intermedia entre dos cerradas, ninguna de las cuales puede ser tónica:

amortiguáis - buey - despreciéis - miao

Las palabras con triptongo se tildan según las reglas generales de acentuación de palabras en español: limpiáis - averigüéis.

Nota: en casos como *Paraguay*, *cacahuey*, no se coloca tilde.

Los triptongos llevan siempre la tilde sobre la vocal abierta:

apacigüéis - estudiáis - amortiguáis - despreciéis

3. Colocación de la tilde en los **hiatos**

Un hiato es la secuencia de dos vocales que no se pronuncian dentro de la misma sílaba, sino que forman parte de sílabas consecutivas. A efectos ortográficos, existen tres clases de hiatos, según el tipo de vocales que están en contacto:

- ✓ Combinación de dos vocales iguales:
Saavedra - dehesa - chiita
- ✓ Vocal abierta + vocal abierta distintas:
caen - ahogo - teatro - meollo - héroe - coartada
- ✓ Vocal abierta átona + vocal cerrada tónica o viceversa:
caímos - día - aúllan - púa - reís - líe - reúnen

- a) Tildación de los hiatos formados por dos vocales iguales o por vocal abierta + vocal abierta.

Las palabras que contienen este tipo de hiatos siguen las reglas generales de tildación, tanto si alguna de las vocales es tónica como si ambas son átonas.

- ✓ Ejemplos en los que una de las dos vocales es tónica:
caótico - bacalao - aldea - Jaén - toalla - león - poeta - zoólogo - poseer
- ✓ Ejemplos en los que las dos vocales son átonas:
acreedor - traerán - línea - acarreador - arbóreo

- b) Tildación de los hiatos formados por vocal abierta átona + vocal cerrada tónica o por vocal cerrada tónica + vocal abierta átona.

Todas las palabras con este tipo de hiatos llevan tilde, independientemente de que lo exijan o no las reglas generales de la tildación.

Ejemplos:

país - caía - raíz - reír - heroína - baúl - ataúd - desvarío - día -
píe - sonrío - mío - río - dúo - acentúo - elegíaco

Nota: la **h** intercalada entre dos vocales no implica que estas formen un hiato.

4. Colocación de la tilde en los **monosílabos**

Los monosílabos son las palabras que tienen una sílaba. Por regla general, **no** llevan tilde: dio - fe - pie - sol - can - gran - vil - da - ves - fui - vio - ruin - bien - mal - no - un.

En palabras tales como:

fie (pretérito perfecto simple del verbo 'fiar')
hui (pretérito perfecto simple del verbo 'huir')
riais (presente de subjuntivo del verbo 'reír')
guion
Sion
truhan
guie
rio (pretérito perfecto simple del verbo 'reír')

aunque la pronunciación parece indicar que existe hiato (y, por lo tanto, aparentan ser bisílabas), en realidad son monosílabas, ya que se considera que poseen diptongo o triptongo; en consecuencia, no se tildan.

3. Excepciones a las reglas generales de uso de la tilde

- Palabras terminadas en los grupos -cs; -ay; -ey; -oy; -uy.
robots - virrey - convoy - bíceps - fórceps - cómics - póney - yó-quey.
- Monosílabos que pueden requerir tilde diacrítica:

DE (preposición)	→	La casa es <i>de</i> piedra.
DÉ (verbo 'dar')	→	Quiere que le <i>dé</i> más dinero.
EL (artículo)	→	<i>El</i> auto corre por <i>el</i> camino.
ÉL (pronombre personal)	→	<i>Él</i> tiene la culpa.
MAS (conj. adversativa: 'pero')	→	Estudió <i>mas</i> no aprobó.
MÁS (adverbio de cantidad)	→	Habrá <i>más</i> lluvias.

O (conjunción disyuntiva)	→	¿Sale <i>o</i> entra?
Ó (conjunción entre números)	→	* Enviará 20 <i>ó</i> 30 sobres. ³
TE (pronombre personal)	→	<i>Te</i> compré un helado.
TÉ (sustantivo)	→	El <i>té</i> me desvela.
TÚ (pronombre personal)	→	<i>Tú</i> posees muchos dones.
TU (adjetivo posesivo)	→	<i>Tu</i> mano está fría.
SE (pronombre personal)	→	<i>Se</i> fue sin despedirse.
SÉ (verbo 'ser')	→	<i>Sé</i> sincero.
SÉ (verbo 'saber')	→	No <i>sé</i> nada de él.
MI (adjetivo posesivo)	→	Vive en <i>mi</i> casa.
MI (sustantivo)	→	La tocó en <i>mi</i> bemol.
MÍ (pronombre personal)	→	Lo hizo para <i>mí</i> .
SI (conjunción)	→	<i>Si</i> sales, cierra la puerta.
SI (sustantivo)	→	No llego a entonar la nota <i>si</i> .
SÍ (adverbio de afirmación)	→	<i>Sí</i> , juro.
SÍ (pronombre personal)	→	Volvió en <i>sí</i> .

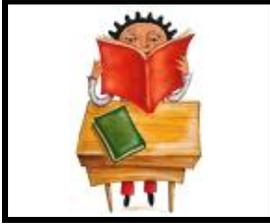
Nota: el pronombre personal **ti** nunca lleva tilde, pues no debemos diferenciarlo de ninguna otra palabra.

- Los adverbios terminados en *-mente* llevan tilde si el adjetivo ya la poseía: *hábilmente, fácilmente*.
- Las palabras compuestas con guión conservan cada una su tilde: árabe-israelí, físico-química.
- Las palabras compuestas formadas por fusión de dos o más voces se someten a las reglas de acentuación como si fueran voces simples (independientemente de cómo se acentúen por separado):
 veinte + y + dos: veintidós
 balón + cesto: baloncesto
 décimo + séptimo: decimoséptimo
 Solo llevará tilde, si lo requiere, el segundo miembro de la voz compuesta: rioplatense, automóvil, decimoséptimo.
- Los nombres propios extranjeros se escriben con el acento que tienen en su idioma: Müller, Wagner, La Bruyère, pero si se españolizan, siguen las reglas de nuestro idioma: Moscú, Pakistán, Líbano.

³ La conjunción *o* se escribirá siempre sin tilde, como corresponde a su condición de palabra monosílaba átona, con independencia de que aparezca entre palabras, cifras o signos: *Terminaré dentro de 3 o 4 días; Escriba los signos + o – en la casilla indicada.*

7. Todas las letras mayúsculas deben acentuarse cuando así lo requieran: Ángel, África, Élide, Úrsula.
8. Los pronombres enfáticos (interrogativos y exclamativos) **QUÉ, CUÁL, QUIÉN, CUÁNDO, CUÁN, CUÁNTO, CÓMO, DÓNDE** siempre llevan tilde, tanto en las oraciones interrogativas y exclamativas directas, como en las indirectas: ¿Qué significa esto? ¡Cuánto lo siento! ¿Dónde estamos? No sabe cuándo vendrá. Preguntó quién era.
9. Si bien los pronombres **ESTO, ESO, AQUELLO** nunca llevan tilde, en los pronombres demostrativos **ESTE, ESE, AQUEL** (con sus femeninos y plurales), el uso de la tilde era potestativo; es decir, debía colocarse si existía riesgo de anfibología. Ej.: *¿Por qué pidieron aquéllas flores rojas?* (*aquéllas (las niñas)* es el sujeto). / *¿Por qué pidieron aquellas flores rojas?* (Aquí el sujeto es tácito y *aquellas* es modificador directo de flores al igual que rojas).
- NOTA: Hoy la RAE aconseja prescindir de la tilde en estas formas incluso en casos de ambigüedad, que se podrán resolver mediante la puntuación o la utilización de sinónimos. La recomendación general es, pues, no tildar nunca estas palabras.
10. También era potestativa la tilde en el adverbio **SOLO** (por solamente), en consecuencia debía escribirse con tilde si existía riesgo de anfibología. La recomendación general es, pues, no tildar nunca esta palabra y resolver los casos de anfibología por el contexto o mediante el uso de otros recursos (puntuación o sinonimia).
11. La palabra **AÚN** lleva tilde cuando equivale a 'todavía', pero no la lleva cuando denota 'hasta', 'también', 'inclusive' o 'siquiera':
- Aún no lo sabe. Lo haré aun sin ella.*
12. Los términos latinos usados en español se tildan de acuerdo con las leyes fonéticas que existen para las palabras de este idioma: "memorándum", "quórum", "ítem", "ínterin".

**¿Ha comprendido las reglas de tildación? Haga cuadros, fiche conceptos, busque ejemplos.
Consulte sus dudas con su tutor/a.**



EJERCICIOS DE AUTOEVALUACIÓN

1. Lea el siguiente cuento de Macedonio Fernández y coloque las tildes donde corresponda:

Colaboracion de las cosas

Empieza una discusion cualquiera en una casa cualquiera pues llega un esposo cualquiera y busca la sarten ya que el es quien sabe hacer las comidas de sarten y esta no aparece. Crece la discusion; llegan parientes. Se oye un ruido. Sigue la discusion . Se busca una segunda sarten que acaso existio alguna vez. El ruido aumenta. Tac, tac, tac. No se concluye de esclarecer que ha pasado con la sarten, que ademas no era vieja; se escuchan imputaciones reciprocas, se intercambian hipotesis; se examinan rincones de la cocina por donde no suele andar la escoba. Tac, tac, tac. Al fin, se aclara el misterio: lo que venia cayendo escalon por escalon era la sarten. Ahora solo falta la explicacion del misterio: el niño, de cinco años, la habia llevado hacia la azotea, sin pensar que correspondiera restituirla a la cocina; al alejarse por ser llamado de pronto por la madre, despues de haber estado sentado en el primer escalon de la escalera, la sarten se quedo alli. Cuando trascendio el clima agrio de la discusion conyugal, la sarten, para hacer quedar bien al niño, culpable de todo el ingrato episodio, se desliza escalones abajo y su insolita presencia a la entrada de la cocina calma la discordia.

Nadie supo que no fue la casualidad, sino la sarten. Y si es verdad que puede haberle costado poco por haber sido dejada muy al borde del escalon, no debe menospreciarse su merito.

(En *Papeles de Macedonio Fernández*, Buenos Aires, Eudeba, 1964).

2. Extraiga del texto:

- Tres ejemplos de aguda con tilde que ejemplifiquen la regla de las agudas.
- Dos ejemplos de aguda sin tilde que tengan distinta terminación.
- Tres ejemplos de grave sin tilde que ejemplifiquen la regla de las graves.

- Algunos ejemplos de grave con tilde. Explique por qué se tildan.
- Todas las esdrújulas que encuentre.
- Un ejemplo de tilde diacrítica. Dé la justificación.
- Cinco palabras que contengan distintos diptongos.

3. ¿"Restituir" se tilda? ¿Por qué?

	<p>CONSIGNA N.º 4</p> <p>Coloque las tildes necesarias y fundamente tres de ellas.</p>
---	--

- a) Si quiere mas, dele mas. No se preocupe, que no le hara daño.
- b) ¡Cuanto te hubiera gustado que mi hermano nos acompañara!
- c) Lo se. ¿Donde esta ahora? Seguro que aun no se ha enterado del viaje.
- d) Cuéntame a mi solo lo que sabes de ese asunto; el seguramente lo sabe ya.
- e) Se que tu no tomas cafe, sino te. Si no quieres el cafe, damelo a mi.
- f) Yo no supe lo del accidente hasta ayer al anochecer, pero tu lo supiste enseguida.
- g) ¿Aun no lo has adivinado? Ni aun con su ayuda podrás hacerlo.

	<p>Importante:</p> <p>Usted deberá ir formando sus fichas personales con el conjunto de reglas y explicaciones fundamentadas del uso de la norma. Recuerde que la lengua es un código convencional y arbitrario, y que por lo tanto muchas veces contradice la lógica.</p> <p>Consejo: Escriba, reflexione y practique la clasificación de voces por la acentuación. Hágase un cuadro con los monosílabos de acento diacrítico y reflexione sobre cada uno de los ejemplos.</p> <p>Ante cualquier duda, consulte.</p>
---	---

TERCERA CLASE (TERCERA SEMANA)

La claridad de los mensajes





CLASE N.º III

El texto y su linealidad temática: la coherencia

REDACCIÓN:

Hasta ahora hemos visto que un grupo de oraciones no constituye un texto si no hay una relación entre ellas. Para eso, hemos estudiado los mecanismos de cohesión que funcionan como conectores de frases. Pero esto no es suficiente: más allá de las relaciones que existen entre los elementos micro que componen un texto, se deben considerar otras reglas en el nivel macro o global, que contribuyen con esa unidad de significado de la que hemos hablado. Para que un mensaje sea claro, debe ser, no solo cohesivo, sino también coherente. Para lograr la coherencia de un texto se deben considerar las siguientes reglas básicas:



- ✿ **la repetición,**
- ✿ **la progresión y la relación, y**
- ✿ **la no contradicción.**

1. REGLAS DE COHERENCIA⁴

1.1. REPETICIÓN

Cualquier texto requiere de un eje donde se organicen todos sus componentes a fin de lograr homogeneidad y ausencia de ruptura en la transmisión del mensaje. Ya hemos visto que, en el microrrelato de la mariposa, el autor mantiene esa linealidad al introducir constantemente sus elementos centrales: la mariposa, sus alas y la bruja. Y esto se aplica para cualquier tipo de texto que escribamos: es necesario repetir ciertos componentes que reafirmen el tema sobre el cual redactamos. Para asegurar estas repeticiones de manera adecuada, dijimos que podemos utilizar los mecanismos de referencia y de reiteración y que, para evitar la monotonía, la elipsis y la sustitución son

⁴ Adaptación del modelo de Michel Charolles, en AA.VV (2011) *Gramática textual*, Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Ediciones Mallea.

herramientas útiles. Los conectores, además, colaboran con la linealidad del texto. Todos ellos son recursos que podemos emplear para lograr un texto coherente.

Pero, además, existen otros dos aspectos que incumben a esta regla de repetición:

- las recuperaciones presuposicionales y
- las reanudaciones por inferencia.

La recuperación presuposicional es operación mental que debe hacer el lector para recuperar del texto una información que no está manifiesta explícitamente.

Los chicos dijeron que si llovía, no iban a ir a la plaza. Al final, fueron al cine.

En este caso, el lector podrá deducir que ese día finalmente llovió, aunque en ningún momento se aclare, porque los chicos, en lugar de ir a la plaza, fueron al cine. Es una construcción que hace el receptor a partir de la información implícita del texto.

En cambio, hay reanudación por inferencia cuando el lector recupera información que no está expresa en un escrito, a partir de los conocimientos generales que posee del mundo.

Los policías detuvieron a Tomás por conducir alcoholizado.

Aquí, a ninguna persona le parecerá raro que alguien haya sido detenido por manejar ebrio. Suponemos que el lector sabe que conducir alcoholizado es una grave infracción por la cual uno puede ser penado.

Estos ejemplos sencillos intentan demostrar cómo funcionan estos dos mecanismos. Se preguntarán: ¿Qué tiene que ver esto con la repetición?

En principio, estos dos mecanismos son otras formas de reiteración de por sí, aunque de manera implícita. Pero, además, hay que tener en cuenta que al escribir debemos facilitarle al receptor estas operaciones mentales de recuperación. Y para cumplir con ese objetivo, debemos asegurarnos de tejer ese eje temático continuo con los mecanismos de repetición y así lograr que la comprensión de los datos implícitos sea fácil y rápida.

Respecto de las recuperaciones presuposicionales, a veces debemos recurrir a la reiteración de un aspecto que ha sido tratado previamente o especificarlo en otras palabras para conducir al lector retroactivamente. Usaremos para ello algunos de los conectores que

funcionan como reformuladores, que guían a la audiencia hacia atrás y establecen relaciones con el discurso anterior. Algunos de estos marcadores textuales son: “es decir”, “en otras palabras”, “como se ha dicho”, “con respecto a”, “recapitulando”. Estos tienen valor de rectificación y aclaración que colaboran con lo propuesto, cuando se trata de guiar al lector a esa información que no está explícita y que requiere de una reinterpretación o reconsideración.

Los chicos dijeron que si llovía, no iban a ir a la plaza. Para ellos, es importante juntarse todas las semanas en la plaza a jugar al fútbol, ya que están entrenando para un importante torneo en el que deben superar ciertas pruebas físicas. La competencia inicia la semana próxima así que están con el tiempo justo para entrenarse. Igualmente, habían dicho que si llovía no valía la pena ir a la plaza porque no iban a poder jugar. Al final, fueron al cine.

Este párrafo ejemplifica la necesidad de reinsertar algo que se ha dicho anteriormente en la primera oración para que el lector pueda recuperar la información. Si elimináramos la frase resaltada en amarillo, probablemente el párrafo perdería coherencia y el lector no entendería de qué manera la oración final conecta con las anteriores.

En cuanto a las inferencias, antes que nada, debemos saber a qué público nos estamos dirigiendo para asegurarnos que cuenta con los conocimientos que intentamos transmitir implícitamente. En caso de dudas, tal vez tengamos que desarrollar algún concepto o explicarlo, ya que sucede a menudo que damos por entendida cierta información.

Los policías descubrieron que Tomás conducía alcoholizado y le iniciaron un sumario penal.

Aunque esta oración es una muestra básica y, probablemente, nos les genere problemas entenderla, queremos demostrar con ella que, tal vez, determinados públicos, no entiendan lo que un sumario penal significa. Por ello, es recomendable definir o ampliar ese concepto. Quizás podríamos agregar: “Es decir, tomaron nota de los hechos, información que pasará a su legajo de antecedentes penales”. Y, de esta forma, el lector pueda inferir fácilmente que Tomás ha recibido la pena que le corresponde por cometer una infracción.

Esto se aplica, sobre todo, a aquellos textos que involucran tecnicismos y vocabulario específico de una disciplina y que están dirigidos a un público general, que no cuenta con esos conocimientos particulares.

1.2. PROGRESIÓN Y RELACIÓN

Esta regla complementa la anterior. Venimos hablando de la repetición que teje un hilo temático continuo. Pero hay que saber que la reiteración constante detiene el ritmo de lectura y, si abusamos de ella, podemos caer en un círculo y perder a nuestros lectores. Dicho esto, la progresión es la regla que establece que, además de repetir, se debe aportar información nueva, pues la redundancia excesiva de la información transforma un texto en inaceptable, por más coherente que sea. Un texto realmente coherente debe mostrar un equilibrio entre continuidad temática y progresión semántica. Es preciso que a continuación de lo ya conocido, se agreguen elementos novedosos, siempre de manera de que lo nuevo mantenga una relación con lo anterior. Es necesario que haya una conexión, una serie de secuencias ordenadas (aquí entra en juego nuevamente la cohesión). Para explicarlo con un ejemplo, tomemos el primer párrafo de esta unidad:

Hasta ahora hemos visto que un grupo de oraciones no constituye un texto, si no hay una relación entre ellas. Para ello hemos estudiado los mecanismos de cohesión que funcionan como conectores de frases. Pero esto no es suficiente: más allá de las relaciones que existen entre los elementos micro que componen un texto, se deben tener en cuenta otras reglas a nivel macro o global, que contribuyen con esa unidad de significado de la que hemos hablado. Para que un mensaje sea claro, este debe ser no solo cohesivo; sino también, coherente.

Notemos que en este párrafo hay una repetición o resumen de la información que se dio en la primera unidad sobre la cohesión, que le posibilita al lector recordar los temas anteriores y, a la vez, conectarlos con el aporte nuevo: la coherencia.

1.3. NO CONTRADICCIÓN

Para que un texto sea coherente debemos asegurarnos de no introducir elementos que contradigan un contenido ya afirmado anteriormente o alguna información implícita, ya sea dentro del texto o que pueda ser deducida de la representación del mundo que tiene el lector. Por ejemplo:

Mi tía es viuda. Su marido colecciona estampillas.

En este caso, inferimos que si una mujer es viuda, es porque su marido ha fallecido. Entonces hay una incoherencia en la segunda oración que se refiere en tiempo presente a que su esposo colecciona estampillas. Esto representa una contradicción.

2. TEMA Y SENTIDO GLOBAL DE LOS TEXTOS

Ya vimos cómo lograr que las ideas de un texto estén bien conectadas y cómo obtener una coherencia global. Pero si un texto es demasiado extenso para su propósito, se lo rechazará, sobre todo en el ámbito laboral donde la economía de tiempo –traducida en economía de palabras– es relevante. Escribir no es solo fijar en el papel el libre pensamiento o las ideas a medida que aparecen. Escribir consiste en aclarar y en ordenar información.



Nuestros escritos deben ser sintéticos, pero no en un sentido estricto de brevedad: un texto breve pero insuficiente en contenido tampoco sirve. Nuestros mensajes deben tener la información justa, ni más, ni menos. Nuestra tarea es entonces seleccionar las ideas relevantes y ordenarlas en una estructura, sin que se pierda la coherencia del mensaje.

Un buen texto es aquel que, luego de ser leído, le podemos asignar un asunto o un tema. En este caso, no nos referimos a las oraciones o frases individuales, sino al discurso como un todo. También sabemos que un texto puede tener más de un asunto o tema, y que esto depende del tipo de escrito del que se trate: no es lo mismo un informe que un e-mail, por ejemplo. De todas maneras, nuestro objetivo apunta a que el lector, al finalizar la lectura, pueda rescatar esas ideas principales. De ahí que debemos eliminar todo contenido que resulte impropio o accesorio, a través de un proceso de selección de información.

En este apartado vamos a trabajar la **supresión**, la **generalización** y la **construcción**⁵, tres mecanismos que nos permiten reducir el caudal de contenido sin que el texto pierda su sentido global. Para incorporar estas herramientas, tomaremos textos que ya están completamente redactados, lo que no quiere decir que luego cada uno, en la práctica, las pueda aplicar en otros momentos del proceso de escritura, antes o durante su composición.

Veremos ahora las **herramientas para seleccionar información suficiente**:

2.1. SUPRESIÓN

La supresión es, como dice su nombre, un mecanismo para eliminar toda aquella información de la cual podemos prescindir. Esto es, omi-

⁵ Adaptación del modelo de macroestructuras semánticas de Van Dijk, en AA.VV (2011) *Gramática textual*, Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Ediciones Mallea.

tir todas las ideas superfluas sin las cuales el texto sigue manteniendo su coherencia, porque con esa reducción nos alcanza para entender el sentido total del texto.

Por ejemplo, a pesar de que el siguiente cuento es breve, todavía se puede quitar información y, sin embargo, se va a comprender.

El deseo del mono, de Sir Helder Amos

El mono se sentó cansado enfrente del espejo, ya que acababa de llegar de su práctica de caminata erguida, y vio con esperanzas la pequeña replica del Hombre de Vitruvio que estaba pegada en la esquina superior izquierda de su espejo; pronto sería como él, pronto.



Veamos cómo queda si aplicamos el mecanismo de supresión:

El mono vio con esperanzas la réplica del Hombre Vitruvio; pronto sería como él.

Por supuesto, la información que eliminamos no se puede recuperar. Alguien que lea esta última oración no va a saber que el mono estaba cansado ni que venía de una práctica de caminata erguida o que la réplica del Hombre de Vitruvio se encontraba en la esquina de su espejo, pero podemos suponer que no es necesario que lo sepa, si lo que queremos es transmitir simplemente una idea general. Según el tipo de escrito y de la situación comunicativa, deberemos tomar la decisión de incluir o no la información secundaria.

2.2. GENERALIZACIÓN

Podemos aplicar esta herramienta cuando hay varios elementos que pueden ser reducidos a una idea que los engloba. En lugar de describir uno por uno ciertos elementos que mantienen una relación, introducimos la generalización.

Por ejemplo, en lugar de

En la cuna de Candela había un oso de peluche, una cajita musical y una muñeca",

podríamos decir:

En la cuna de Candela había varios juguetes.

En el caso de la generalización, el lector tampoco puede recuperar la información que ha sido generalizada. Es decir, el lector del segundo caso, no va a entender que por "juguetes" específicamente se

trata de un oso de peluche, una cajita musical y una muñeca. Por ello, una vez más, igual que con la supresión, antes de aplicar esta herramienta, debemos cuestionarnos si es necesario que el receptor cuente con los detalles que pretendemos globalizar.

2.3. CONSTRUCCIÓN

Hablamos de construcción cuando podemos reducir una secuencia de hechos o datos a una sola idea que los comprende a todos ellos. Esta regla nos permite suprimir los detalles que pertenecen convencionalmente a un episodio conocido por todos. Para que se entienda mejor, veamos cómo se aplica en un ejemplo.

Una secuencia de hechos o datos sería:

Darío se acercó a la puerta del cajero automático, pasó su tarjeta por lector de la entrada. Una vez que ingresó, insertó la tarjeta de débito en una máquina, introdujo su clave, seleccionó la opción de extraer dinero, marcó la suma que deseaba obtener, tomó los billetes que el cajero expulsó, extrajo el ticket y la tarjeta de la máquina y, finalmente, se retiró.

Si aplicamos la construcción, esa secuencia puede ser reducida a:

Darío extrajo dinero del cajero automático.

A diferencia de la supresión y de la generalización, en este caso, el lector sí puede recuperar la información omitida porque, por los conocimientos generales que tiene del mundo, sabe que para extraer dinero de un cajero automático se deben seguir todos los pasos que se detallaron previamente.

Detallar todas las acciones habituales convierte el texto en monótono.



Aplique estas tres herramientas: supresión, generalización y construcción en el siguiente cuento y reescriba la versión reducida, sin que se pierda la coherencia, es decir, el sentido global del texto.

A ella nunca le gustaron las rosas, de Sir Helder Amos

Yo una vez tuve una novia que era muy peculiar, y todos mis amigos me decían que ella era una chica mal agradecida, porque cada vez que le llevaba rosas, ella me las tiraba en la cara y me gritaba muy enfadada: "¿Cuántas veces tengo que decirte que a mí no me gustan las rosas?! ¡Eres un estúpido! ¡A mí las flores que me gustan son las orquídeas!", pero como yo la amaba, no me importaban sus desprecios y su ingratitud.

Hoy me enteré de que ella murió ayer a causa de un infarto, por haberse enfadado con su novio actual; y para rendirle respeto a su memoria, asistí al entierro y le llevé un ramo de rosas a su tumba. Yo fui el único que se quedó hasta el final del entierro y vi, muy triste, cómo bajaban el ataúd y luego lo cubrían con tierra.

Antes de regresar a casa, coloqué el ramo de rosas sobre su tumba y mi ojo izquierdo soltó una única lágrima que expresaba mi tristeza; pero ese sentimiento quedó ahogado por la impresión que me causó ver el ramo de rosas elevarse en el aire desde la tumba y luego ser lanzado contra mi cara por una fuerza invisible.

Se me había olvidado otra vez...

Claramente, el efecto no es el mismo si eliminamos la información secundaria, sobre todo porque se trata de un texto literario. Por ende, queremos aclarar que no siempre debemos aplicar absoluta y totalmente estas herramientas, sino que podemos tenerlas en cuenta en caso de que sean necesarias.

Como ya dijimos, el hecho de querer reducir la información a la menor cantidad de palabras posible, como sería en un memo, o si nos resulta pertinente que el receptor cuente con ciertos datos secundarios, dependerá de cada situación comunicativa.



RECOMENDACIONES: La supresión, la generalización y la construcción son opciones que podemos guardar en nuestra caja de herramientas y tenerlas preparadas en el momento de tomar decisiones en cuanto a la redacción de un texto.

Recordemos que ser concisos no implica necesariamente ser breves e incompletos, sino dar la información suficientemente relevante. Y, sobre todas las cosas, siempre tendremos mucho cuidado de que la coherencia subsista a pesar de los recortes de la información.



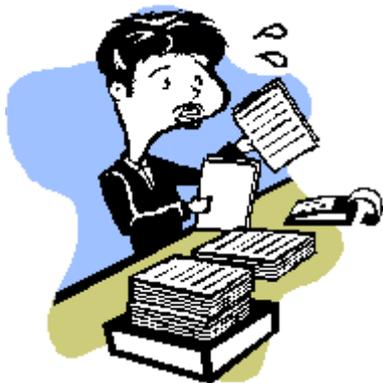
CONSIGNA N.º 5

Sobre la base de la siguiente secuencia, construir un texto utilizando todos los conceptos estudiados hasta el momento.

- El Parlamento se reúne.
- El presidente del Parlamento comienza la reunión.
- Comienza el debate del Parlamento.
- El Parlamento discute las reformas del Código Penal.
- Las reformas del Código Penal son pocas.
- Las reformas del Código Penal son importantes.
- Las reformas proponen aumentar las penas aplicables a delitos comunes.
- La mayoría de los parlamentarios están de acuerdo con las reformas.
- La minoría de los parlamentarios están en desacuerdo con las reformas.
- El debate dura muchas horas.
- El debate es muy difícil.
- El debate es muy politizado.
- En el recinto hay mucho público.
- El público sigue el debate.
- Mucha gente del público espera la aprobación de las reformas del Código Penal.
- Una minoría del público no está de acuerdo con la aprobación de las reformas del Código Penal.
- El Parlamento aprueba las reformas del Código Penal.
- La gente se entera de la aprobación de las reformas del Código Penal.
- La mayoría del pueblo está de acuerdo con la aprobación de las reformas del Código Penal.
- Un grupo de personas se manifiesta en contra de la aprobación de las reformas del Código Penal.
- La manifestación es enfrente del Parlamento.
- La manifestación no cuenta con mucha gente.
- La manifestación dura poco tiempo.

3. ESTRUCTURA DEL TEXTO

3.1. Cómo ordenar la información



Cualquier texto bien configurado posee una organización coherente de las ideas que facilita la comprensión de los lectores. Por tanto, una buena estructura asegura que el receptor pueda rescatar el tema del mensaje con mayor rapidez y facilidad.

Sabido es que existen modelos convencionales para determinados tipos de textos, sobre todo en el medio laboral, y ellos pueden resultar de gran utilidad para ordenar la información. De hecho, en Internet encontramos una gran variedad de formatos, a los cuales podemos acudir; sin embargo, nuestro propósito se encamina a que usted, como redactor de textos corporativos, logre armar una estructura lógica de su texto sin tener que rellenar modelos predeterminados, porque muchas veces nos encontraremos con escritos, como los artículos o los informes, que no poseen necesariamente una estructura convencional.

De todos modos, una vez que hemos hecho la selección de la información que deseamos transmitir con nuestro texto, que hemos construido una linealidad coherente del contenido y que ya sabemos el propósito de nuestro mensaje así como el grado de formalidad que debemos utilizar según la índole de nuestro receptor, podemos decir que tenemos una estructura casi armada.

Por supuesto, hay otros factores que debemos considerar respecto de la organización del texto (y que veremos a continuación), pero si aplicamos una lógica como la que hemos venido trabajando en las unidades anteriores, no debemos preocuparnos por tener una estructura predeterminada que llenar, pues ya casi la hemos logrado.

Para empezar, nos manejaremos con la fórmula clásica: introducción, desarrollo y conclusión, que, aunque presente variantes según sea una carta o un informe, entre otros, siempre funciona.

Antes de analizar este sistema, vamos a hablar del encabezamiento que precede a la introducción.

En principio, el **encabezamiento** sirve para situar al lector en la circunstancia comunicativa. Si se trata de un informe o de un artículo, utilizaremos un título que refleje el tema. Por otro lado, también podemos agregar algún subtítulo o bajada que complemente la información de ese título. En el caso de que sea una carta, nota o e-mail, debemos asegurarnos de introducir también lugar, fecha y nombre de la persona a quien nos dirigimos. En estas situaciones, estamos ubicando al lector en nuestro comunicado.

3.1.1. Introducción

A continuación, en los primeros párrafos del texto, nuestra función consistirá en ampliar la información del título o, cuando es una carta, presentar el propósito por el cual la estamos enviando (una solicitud, una renuncia, una referencia, etc.). El objetivo, en esta instancia, es que el lector tome una idea general de lo que sigue en el mensaje.

Así nos aseguramos de situar al lector en el tema en cuestión, en espacio y tiempo. En segundo lugar, cuando estamos ante un informe o artículo, es recomendable resumir todos los aspectos que se van a tratar en el cuerpo del texto: a) el objetivo, si no lo hemos hecho aún; b) la hipótesis, si las hubiere; c) los argumentos, que darán el sostén de nuestra premisa; ejemplos, opiniones, etc.

En consecuencia, el fin práctico de la introducción es que el receptor obtenga de forma ordenada una secuencia de ideas que se van a desarrollar en el cuerpo del texto. Con esto logramos en el receptor una predisposición que le va a facilitar adquirir la información, ya que le estamos presentando de antemano el orden que se va a seguir.

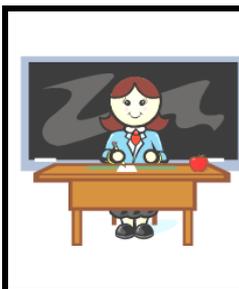
Si se trata de una carta breve, no hace falta presentar sintéticamente lo que vamos a describir en el desarrollo (motivos, agradecimientos, etc.), por lo cual podemos pasar directamente a hacerlo en el cuerpo del texto.

3.1.2. Desarrollo

Si ya tenemos una introducción planteada en la que resumimos o enunciamos todos los aspectos por tratar, esta instancia nos resultará mucho más fácil, ya que nos debemos atener a desarrollar las ideas en el orden y modo en las que las hemos presentado en los primeros párrafos.

3.1.3. Conclusión

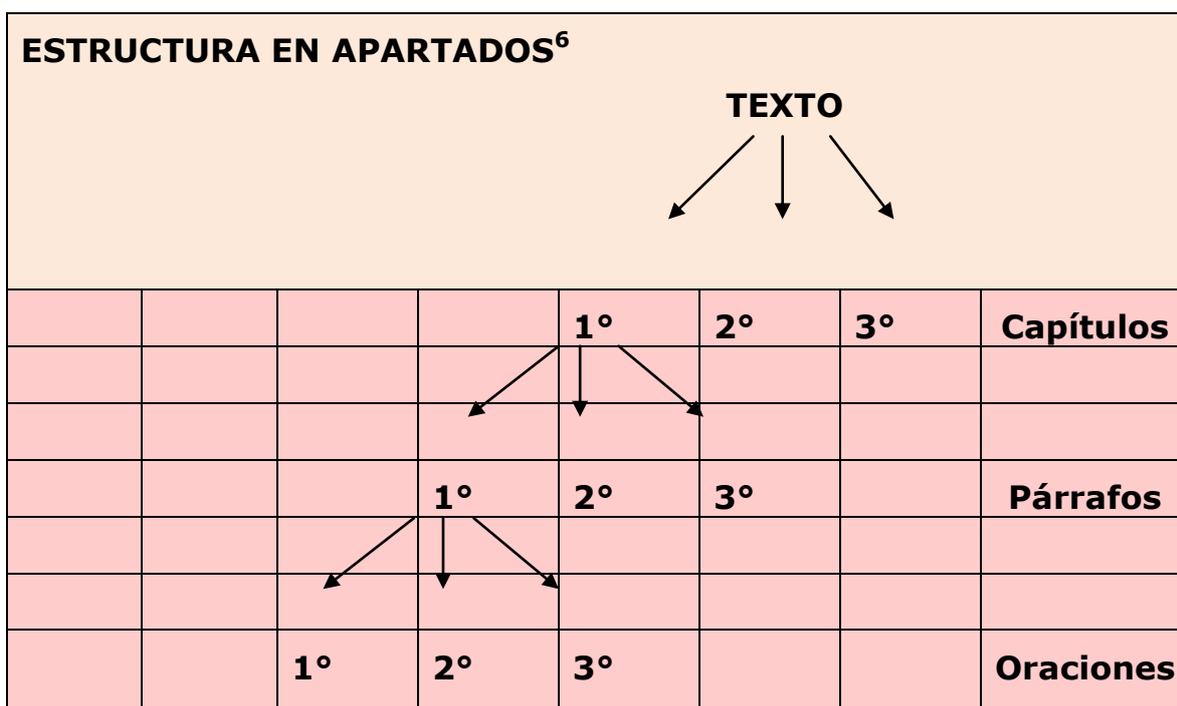
En este último punto es recomendable, previo a la conclusión formal, retomar o resumir lo que hemos tratado en el desarrollo para que el lector pueda reafirmar lo leído, incorporarlo y conectarlo adecuadamente con la síntesis, las opiniones y las conclusiones finales.



RECOMENDACIONES: Con este método, nos aseguramos el trayecto que va de lo más general y abstracto a lo particular y concreto. En otras palabras, nos ayuda a ordenar las ideas y a planificar el escrito de acuerdo con los objetivos del mensaje.

3.2. Los apartados como medios para organizar ideas

Al margen de cualquier convención, todos los textos cuentan con su propia organización de ideas articulada en apartados. Los escritos breves solo poseen párrafos y frases. Pero otros textos, de mayor longitud y complejidad, tal vez requieran de más apartados: división en capítulos, partes, etc. Este sistema de apartados funciona como un juego de cajas chinas. El cuadro siguiente refleja claramente este concepto.



Introducimos este concepto de apartados porque es relevante que ellos queden reflejados en el texto, no solo por su unidad semántica, sino también gráficamente. Esto le permite al lector obtener una visión del conjunto, situarse en todo momento o leer selectivamente lo que más le interesa.

3.2.1. Los símbolos gráficos que identifican a los apartados

El texto es el mensaje completo que se marca con título inicial y punto final. Cada capítulo o apartado trata de un subtema del conjunto y se introduce con un subtítulo. Los párrafos, porciones menores del capítulo, también tienen unidad significativa y se separan en el texto a través del punto y aparte. Las oraciones empiezan con mayúscula inicial y terminan con punto seguido.

⁶ Fuente: Cassany (1993), pág. 77.

No nos olvidemos de los conectores o marcadores textuales, que pueden reflejar gráficamente el orden de las ideas (en primer lugar, luego, finalmente, etcétera).

3.2.2. El párrafo como apartado

Como ya dijimos, la extensión del texto y sus divisiones internas en partes y capítulos se relaciona con la complejidad y el tipo del texto. Pero todos los escritos, incluso los relativamente cortos, deben tener una organización clara. Pensemos en un artículo que se estructura solamente en párrafos y oraciones.

El párrafo es fundamental porque no hay otra unidad jerárquica como los capítulos que clasifiquen la información; de este modo, pasan a ser los únicos responsables de la estructura global del texto.

En efecto, estos se encargan de marcar y secuenciar en línea ascendente los diversos puntos que componen el tema global del texto. Así, distinguen opiniones a favor o en contra, presentan diferentes argumentos, indican un cambio de perspectiva, introducen, dan una conclusión, recapitulan, dan ejemplos. De ahí que los marcadores textuales sean herramientas útiles para darles el enfoque que queremos a cada uno de los párrafos.



PARA TENER EN CUENTA: los párrafos tienen una estructura interna que también puede formularse como introducción, desarrollo, conclusión, aunque esto no siempre sea tan claro a simple vista. Es importante que en su interior, así como dijimos anteriormente para la estructura global, las oraciones se presenten dentro del párrafo desde más generales y abstractas a particulares y concretas.

¿Cómo controlar la unidad de los párrafos?

Un mecanismo que es útil para comprobar que nuestros párrafos tienen una unidad semántica es ponerles un título, resumir el tema del que tratan o la información que contienen. Si los títulos no se repiten y guardan una relación entre ellos, quiere decir que nuestros párrafos tienen unidad significativa y que están bien contruidos.



RECOMENDACIONES:

- Evitar párrafos excesivamente largos.
- Utilizar punto y seguido dentro de ellos, si el tema continúa, y evitar el abuso de comas para separar oraciones.

MARCADORES TEXTUALES⁷

- a) PARA ESTRUCTURAR EL TEXTO: afectan a un fragmento relativamente extenso del texto (párrafo, apartado, grupo de oraciones...). Sirven para establecer orden y relaciones significativas entre frases y fortalecer la coherencia del escrito:

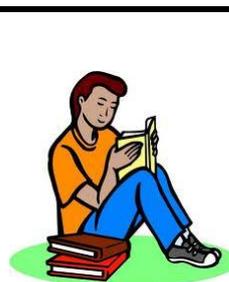
• Introducir el tema del texto			
el objetivo principal de... nos proponemos exponer...		este texto trata de... nos dirigimos a usted para...	
• Iniciar un tema nuevo			
con respecto a por lo que se refiere a otro punto es	en cuanto a sobre el siguiente punto trata de	en relación con acerca de	
• Marcar orden			
1º en primer lugar 2º en segundo lugar 3º en tercer lugar 4º en cuarto lugar ... en último lugar en último término	primero segundo tercero cuarto ...	primeramente finalmente	de entrada ante todo antes que nada para empezar luego después además al final para terminar como colofón
• Distinguir			
por un lado por una parte en cambio	por otro por otra sin embargo	ahora bien no obstante por el contrario	
• Continuar sobre el mismo punto			
además luego	después asimismo	a continuación así pues	

⁷ Estos marcadores textuales completan los que ya vimos en la clase 2. Tenerlos en cuenta ayudarán a otorgarle al texto dos propiedades fundamentales: coherencia y cohesión.

• Hacer hincapié		
es decir en otras palabras dicho de otra manera como se ha dicho vale la pena decir	hay que hacer notar lo más importante la idea central es hay que destacar hay que tener en cuenta	o sea esto es en efecto
• Detallar		
Por ejemplo p. ej. cfr. Verbigracia	en particular en el caso de a saber	como botón de muestra como, por ejemplo, baste, como muestra, así
• Resumir		
en resumen resumiendo recapitulando	brevemente en pocas palabras globalmente	recogiendo lo más impor- tante en conjunto sucintamente
• Acabar		
en conclusión para concluir	para finalizar finalmente	así pues en definitiva
• Indicar tiempo		
antes ahora mismo anteriormente poco antes	al mismo tiempo simultáneamente en el mismo momento entonces	después más tarde más adelante a continuación acto seguido
• Indicar espacio		
arriba/abajo más arriba/ más abajo delante/ detrás encima/debajo	derecha/ izquierda en medio/ en el centro cerca/ lejos de cara/ de espaldas	al centro/ a los lados dentro y fuera en el interior/ en el exte- rior

b) PARA ESTRUCTURAR LAS IDEAS: afectan a fragmentos más breves de texto (oraciones, frases...) y conectan las ideas entre sí en el interior de la oración. Son las conjunciones de la gramática tradicional.

• Indicar causa			
porque visto que a causa de por razón de con motivo de	ya que puesto que gracias a/que por culpa de	pues como a fuerza de	dado que considerando que teniendo en cuenta que
• Indicar consecuencia			
en consecuencia a consecuencia de por consiguiente	por tanto así que consiguientemente	de modo que por lo cual razón por la cual	por esto pues conque
• Indicar condición			
a condición de/que en caso de/que si	siempre que siempre y cuando	con solo (que) en caso de (que) con tal de (que)	
• Indicar finalidad			
para (que) en vistas a con miras a	a fin de (que) con el fin de (que)	con el objetivo de a fin y efecto de (que) con la finalidad de	
• Indicar oposición (adversativas) Pero			
en cambio antes bien no obstante	ahora bien por el contrario	con todo por el contrario	sin embargo de todas maneras
• Para indicar objeción (concesivas)			
aunque si bien	a pesar de (que) aun + (gerund.)	por más que	con todo



PARA LA REFLEXIÓN: Los marcadores textuales deben colocarse en las posiciones importantes del texto (inicio de párrafo o frase), para que el lector los distinga de un vistazo, incluso antes de empezar a leer, y pueda hacerse una idea de la organización del texto.

No hay que abusar de ellos porque pueden atiborrar la prosa y convertirse en cuñas.

¿Ha comprendido los conceptos fundamentales, los ejemplos y las citas? Consulte sus dudas con su tutor/a.



EJERCICIOS DE AUTOEVALUACIÓN

- 1) Busque en algún diario o revista, una carta de lector y reflexione sobre la organización de ideas, las funciones de cada apartado y los temas de cada párrafo.
- 2) Redacte una carta de presentación donde adjunte su currículum vitae para enviar a una empresa donde está interesada/o en trabajar.
- 3) Escriba un correo electrónico a su jefe de sección donde le solicita permiso para tomarse el día por estudio, cita con el médico o cualquier otro motivo.

NORMATIVA DE LA LENGUA

I. SIGNOS DE PUNTUACIÓN:

I.1. USO DE LA COMA. PARTE II



Casos de coma para indicar la alteración del orden regular de la oración	
Cuando los complementos circunstanciales preceden al verbo, salvo que sean muy cortos (hasta tres palabras).	<i>En aquellos calurosos días de verano, la convivencia era idílica.</i>
Cuando otros complementos anticipan su aparición, no debe escribirse coma cuando la intención es enfática.	<i>Vergüenza debería darte.</i>
Cuando el elemento anticipado expresa el tema del que se va a decir algo, la coma es opcional. (Es preferible cuando el fragmento anticipado es muy largo).	<i>De dinero no hablo.</i> <i>De dinero, no hablo.</i> <i>La costumbre de hacer regalos a los niños cuando terminan las clases, nunca la hemos seguido en casa.</i>
En las oraciones complejas, cuando la incluida adverbial precede a la principal.	<i>Si vas a llegar tarde, no dejes de avisarme.</i>
Otros casos	
Se escribe coma detrás de determinados enlaces, como: <i>esto es, es decir, a saber, pues bien</i> , etc., así como detrás de muchos adverbios o locuciones, como <i>efectivamente, naturalmente</i> , etc.	<i>Naturalmente, los invitados deben vestir etiqueta.</i>
Se escribe coma detrás de los complementos encabezados por locuciones prepositivas de valor introductorio. También, detrás de las locuciones adverbiales o preposicionales de valor condicional, concesivo, final, causal, etc.	<i>En cuanto a ti, ya pensaré qué castigo te voy a dar.</i> <i>A pesar de todo, conseguimos nuestro objetivo.</i>

Se escribe coma delante de una palabra que se acaba de mencionar cuando se repite para introducir una explicación sobre ella.	<i>Se compró la mejor moto, moto que, a los pocos meses, acabó olvidada y polvorienta en el garaje.</i>
La palabra etcétera (o su abreviatura) se separa con coma del resto del enunciado.	<i>Los bailes populares, como la sardana, la jota, etcétera, estaban proscritos.</i>
Se escriben entre comas los sobrenombres o seudónimos cuando se mencionan tras el nombre verdadero.	<i>José Martínez Ruiz, Azorín, perteneció a la generación del 98.</i>
Pero los sobrenombres que no pueden utilizarse solos, sino que deben ir necesariamente acompañados del nombre propio, se unen a estos sin coma.	<i>Juana la Loca.</i>
Es conveniente escribir entre comas la mención del autor cuando se pospone al título de la obra.	<i>La escultura El pensador, de August Rodin, es la más conocida de este autor.</i>
En la datación de cartas y documentos, se escribe coma entre el lugar y la fecha.	<i>Santiago, 8 de enero de 1999.</i>
Se separan mediante coma el nombre de una colección y el número del volumen correspondiente.	<i>Biblioteca de Autores Españoles, 24.</i>
Se usa la coma para separar los componentes de un nombre o expresión cuando, para integrarlos en una lista alfabética, se ha invertido el orden normal de los elementos.	<i>Bello, Andrés: Gramática...</i> — <i>acentuación, reglas de</i> — <i>puntuación, signos de</i>
Se usa la coma para distinguir entre sentidos posibles de un mismo enunciado.	<i>Me he vestido como me indicaron.</i> <i>Me he vestido, como me indicaron.</i>
Se usa coma para separar la parte entera de la decimal (en algunos países hispanoamericanos, se admite el punto).	<i>3, 1416.</i>



Les recordamos que las reglas sombreadas son las más usadas en la Redacción corporativa. Veamos ahora sus usos incorrectos.

Usos incorrectos

<p>Es incorrecto escribir coma entre el sujeto y el verbo de una oración, incluso cuando el sujeto está compuesto de varios elementos separados por comas.</p>	<p><i>*Mis padres, mis tíos, mis abuelos, me felicitaron ayer.</i></p>
<p>Excepción: cuando el sujeto es una enumeración que se cierra con <i>etcétera</i> (o su abreviatura) o cuando inmediatamente después del sujeto aparece un inciso aclaratorio.</p>	<p><i>El novio, los parientes, los tíos, etc., esperaban la llegada de la novia.</i> <i>Mi hermano, como tú sabes, es un magnífico deportista.</i></p>
<p>No debe escribirse coma delante de la conjunción <i>que</i>, cuando esta tiene sentido consecutivo, y va precedida, inmediatamente o no, de <i>tan (to)</i>, <i>tal</i>.</p>	<p><i>*La situación había llegado a tal punto, que ya no era posible sostenerla.</i></p>
<p>No se escribe coma detrás de <i>pero</i>, cuando precede a una oración interrogativa o exclamativa.</p>	<p>Pero ¿qué te has creído?</p>
<p>El uso de la coma tras las fórmulas de saludo en cartas y documentos es un anglicismo ortográfico que debe evitarse.</p>	<p><i>*Querido amigo,</i> <i>Te escribo esta carta para comunicarte...</i></p>
<p>Cuando en la oración se juntan dos incisos o expresiones explicativas cortas, debe evitarse la coma antes del primero.</p>	<p><i>*Dijo, finalmente, además, que todas sus dudas convergían en una sola.</i></p>
<p>Antes de abrir paréntesis o raya.</p>	<p><i>*Desde muy joven, (y el muchacho no había conseguido liberarse después de esa obsesión) a Bioy lo espantaba la idea de que el mundo podía desaparecer en la oscuridad.</i></p>





CONSIGNA N.º 6

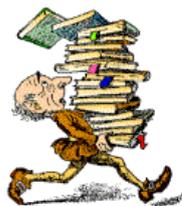
Coloque comas en las siguientes oraciones y justifique su empleo.

- a) Ahora hijo deberás tomar tus estudios en serio.
- b) La vida sana del campo la cordialidad de sus amigos la belleza del paisaje todo lo llenaba de satisfacción.
- c) Ana su mejor amiga estaba ahora en el extranjero.
- d) Esa noche por supuesto no probé bocado.
- e) Amigo esta es nuestra despedida.
- f) Al apuntar el alba cantan las aves y el campo se alegra.
- g) Los ojos ha dicho alguien son los espejos del alma.
- h) Este no será sin embargo su propósito.
- i) Él ha sido perdonado; tú no.
- j) Por último abandonó el barco el capitán
- k) Su padre que sentía un profundo sentido del honor se sintió humillado.
- l) Cuando volvieron lo encontraron envejecido.
- m) Tomó la hormiga la llevó hasta su tabaquera la metió allí la colocó sobre el yunque y comenzó a darle mazazos.
- n) En primavera y en otoño cuando caía el sol se disponía a cavar la huerta.
- ñ) De noche bajo la lámpara de petróleo mi padre leía.

CUARTA CLASE (CUARTA SEMANA)

El *e-mail* o correo electrónico en la empresa





CLASE N.º IV

El *e-mail* o correo electrónico



En esta clase usted podrá profundizar en el conocimiento y en manejo estratégico del correo electrónico o e-mail. Esta herramienta esencial abre a la empresa un mundo de oportunidades. En efecto, existen una infinidad de acciones diferentes para extraer de esta todo su potencial, desde el formato más popular, pasando por las newsletters de presentación de la empresa, hasta la promoción de ofertas limitadas, de último momento, actualizaciones de productos, invitaciones, felicitaciones personales para fechas señaladas, correos para comunicación interna del personal o un e-mail postventa que ayude a que el cliente no se sienta abandonado. Este abanico de comunicaciones marcará la diferencia en la relación establecida entre la empresa y clientes finales. Por tanto, el correo electrónico es un buen aliado en la promoción de productos y servicios, y en la construcción de una relación de lealtad y confianza con la audiencia.

Por tanto, le proponemos que, antes de leer la unidad, reflexione sobre:

- a) ¿Sé realmente cuáles son los perfiles, intereses y preferencias de mis clientes?
- b) ¿Conozco las estrategias de redacción como para conseguir de ellos lo que persigo?
- c) ¿Pensé en adaptar los mensajes a los nuevos formatos digitales?

- ✦ Anote en su cuaderno de apuntes estas reflexiones.
- ✦ Lea luego la clase y complete el esquema que seguramente tenía estructurado pero que le faltaba ajustarlo.
- ✦ Si ha llegado a nuevas conclusiones, coménte-selo a su tutor/a en el foro y compártalas.

REDACCIÓN:

1. Características, propósitos y efectos del e-mail en la oficina



Todos sabemos que una buena comunicación es el ingrediente esencial para lograr el éxito tanto en la profesión como en las relaciones personales. La computadora es hoy el centro de la actividad de la empresa, de la escuela, de la casa, porque facilita la comunicación eficaz de sus integrantes. Millones de usuarios de Internet han adoptado el e-mail como una herramienta de trabajo fundamental para compartir y gestionar textos, y así vincularse con personas de todo el mundo.

A su vez, las instituciones comerciales y educativas, entre otras, han comprobado que el correo electrónico hace crecer su eficacia, acelera el intercambio de información, favorece las relaciones humanas y permite solucionar con mayor rapidez situaciones imprevistas y críticas. Como medio de comunicación es rápido, de manejo sencillo y barato.

Poco a poco su empleo ha ido transformando los hábitos comunicativos de la sociedad y, en la actualidad, el e-mail compite con las reuniones, la carta, el teléfono o el fax. Desde este se venden productos o servicios, se contestan preguntas de clientes o empleados, se distribuye información dentro de la entidad y fuera de ella, se realizan campañas publicitarias, entre otros. La red permite no solo enviar textos, sino también imágenes de vídeo, archivos con información y mantener conversaciones telefónicas.

Sin duda el e-mail no reemplazará el contacto cara a cara, las reuniones de trabajo ni las entrevistas, pero posee la ventaja de poder comunicarse en cualquier momento del día, desde cualquier lugar y con cualquier aparato.

◆ Efectos del exceso de información

Sin embargo, el aumento de su uso ocasiona el avance descontrolado de la información, a tal punto que el exceso de esta requiere de un programa que funcione como un "panel de control digital" que agrupe los mensajes por categorías temáticas y procedencias en, por ejemplo: mensajes personales, de trabajo, de fluencia interna de la empresa o externa. De esta manera, los usuarios podrán procesar rápidamente la información relevante o urgente, tomar decisiones precisas y analizar luego los detalles.

◆ **Alteración de las relaciones jerárquicas**

Es notorio comprobar cómo el e-mail ha venido a modificar, en los mecanismos internos de una institución, las relaciones jerárquicas. En efecto, las comunicaciones internas tradicionales eran verticales y los mensajes se transmitían en sentido ascendente o descendente. Los directivos solían relacionarse con los empleados y demás agentes, a través de sus ayudantes o secretarías. Hoy, gracias al e-mail, el sistema de comunicación interna se ha flexibilizado. Al darle a todos la posibilidad de comunicarse, se ha vuelto más accesible y directo, con lo cual las redes interactivas de trabajo han sustituido el esquema jerárquico. En consecuencia, la tarea de los empleados adquiere paulatinamente más importancia, dado que estos pueden comunicarse directamente con sus superiores, con sus subordinados y con todos los integrantes de una empresa.

◆ **La imagen de la empresa**

Respecto de las comunicaciones externas, un e-mail es sinónimo de presencia de una institución al igual que lo es una hoja con membrete. Un mensaje bien construido contribuye a forjar una buena imagen de la entidad, porque habla de profesionalismo y eficiencia. Un mensaje con falencias genera una impresión negativa y atenta contra el buen nombre de quien los respalda.

Realizar cursos de perfeccionamiento para el personal, le asegura a la institución seguir conservando su prestigio o acrecentarlo.

◆ **Los riesgos de un mal uso**

Si bien el e-mail es un instrumento de avanzada, en manos inexpertas o mal intencionadas puede convertirse en un peligro. Desde enviar virus en los archivos que anexa, copar las redes de la empresa con una avalancha de mensajes insustanciales, hasta leer, cambiar o borrar los textos que envía o guarda. Bastaría con que un empleado tergiversara el sentido de un escrito para producir serios trastornos y daños irreparables. Las instituciones están expuestas, en este aspecto, a los abusos y a las faltas de prudencia en el manejo del e-mail; el asunto se agrava si pensamos que los mensajes se pueden utilizar como prueba en una corte de justicia.

Por otra parte, produce también una sensación indeseable, por ejemplo, recibir un e-mail sin conocer a su autor originario, sobre todo si ha sido reenviado varias veces; no tener la certeza de que el mensaje llegó a manos del destinatario; verse forzado a leer una gran cantidad de e-mails basura (llamados "*spam*"); perder energía adicional al tratar de entender mensajes mal redactados, llenos de ambigüedades y partes irrelevantes; emplear tiempo en mandar y recibir mensajes, a costa de desatender tareas importantes; verificar que alguien se ha escudado mandando un e-mail, cuando en realidad

el tema requería tratarse personalmente o, a lo sumo, por teléfono (a nadie le gustaría enterarse por e-mail de que ha sido despedido o que no ha conseguido el permiso con el que ya contaba).

Una medida inteligente sería replantearse, desde el lugar de trabajo de cada uno, cuáles son las normas esenciales para sacar mejor provecho de esta herramienta. Por ende, podemos preguntarnos, a partir de una estrategia clara sobre su uso, lo siguiente:

- a)** ¿qué ventajas aporta el e-mail en mi tarea?
- b)** ¿cómo podría adaptar su funcionamiento para obtener una mayor eficacia comunicativa?
- c)** ¿qué nivel de servicio quiero lograr (disponibilidad, soporte, tiempo dedicado a la resolución de problemas, etc.)?
- d)** ¿tomé conciencia del riesgo que implica (técnico, de seguridad, legal, como imagen de mi empresa, etc.)? ¿busqué formas de atenuarlo?
- e)** ¿me discipliné en su uso? ¿establecí una política sobre el e-mail y la compartí con mis compañeros? ¿instruí apropiadamente a mis ayudantes?
- f)** ¿valoro constantemente sus beneficios? ¿me adapto a los cambios que me aporta la tecnología o simplemente los rechazo?

Si reflexionamos sobre estos ítems, posiblemente lleguemos a diseñar una especie de código interno que regule la modalidad de los mensajes que se envíen. Un ejemplo sería:

- Ⓜ Comprobar que mandamos la comunicación a la persona indicada.
- Ⓜ No emitir mensajes innecesariamente.
- Ⓜ No expresar nada que luego nos incomode cuando se haga público.
- Ⓜ Cuidar de que nuestro mensaje no nos comprometa judicialmente.
- Ⓜ Protegernos y proteger a los demás de los virus.
- Ⓜ Verificar que el mensaje expresó con claridad su objetivo.
- Ⓜ Revisar todo lo escrito y preocuparse por la síntesis y la exactitud de lo expresado.
- Ⓜ Facilitar la lectura del destinatario con mensajes bien armados y concretos.
- Ⓜ Utilizar la función automática de acuse de recibo del programa

o pedirle al destinatario que lo haga, si lo que enviamos es de suma importancia. Incluso mencionemos su prioridad en el asunto. Por ejemplo: ASUNTO: *Importante. Reunión de directivos.*

@ Ser amable y cordial.

Tener siempre presente que, cometeríamos una falta de ética, si incurriéramos en las siguientes transgresiones que amenazan la identidad, la integridad, la privacidad o la sensibilidad de los otros:

- a) Usar el nombre de usuario y la contraseña de otra persona.
- b) Cambiar el contenido de escritos que ya han sido enviados.
- c) Facilitar la dirección de e-mail a otra persona.
- d) Mandar mensajes con contenidos inquietantes, ofensivos o molestos que puedan herir la sensibilidad ajena.

Existen algunos principios básicos y de sentido común que podríamos adoptar para lograr una buena gestión del e-mail. Entre ellos:

- ✿ Abrir los mensajes nuevos cada veinticuatro horas.
- ✿ Impedir que estos se acumulen en la bandeja de entrada.
- ✿ Contestar lo antes posible, no dejar pasar más de dos días.
- ✿ Borrar los mensajes que ya no se necesiten.
- ✿ Limpiar la carpeta de "mensajes eliminados", "mensajes no deseados" y la de "mensajes enviados", por lo menos una vez por semana, y borrar los que perdieron vigencia.
- ✿ Usar la función de respuesta automática –si su sistema de e-mail lo tiene– en el caso de ausentarse por algunos días.
- ✿ Actualizar la lista de direcciones.
- ✿ Copiar los mensajes importantes y protegerlos, si es posible.
- ✿ Cambiar la clave de acceso, por lo menos una vez al mes, y no trasmitirla a nadie.
- ✿ Actualizar con frecuencia el programa de antivirus.
- ✿ Conocer todas las funciones que posee su sistema de e-mail, para un uso eficaz.



2. Cómo elaborar el texto y adecuarlo al destinatario

Un buen *e-mail* está redactado con sentido común, esto es:

- ◆ posee un objetivo preciso,
- ◆ está bien escrito y estructurado,
- ◆ utiliza los anexos en forma adecuada,
- ◆ se envía a la dirección que corresponde,
- ◆ está protegido.



Estas características, que parecen tan connaturales al mensaje electrónico, no siempre se cumplen. Muchas veces no podemos explicarnos el porqué del envío de ese e-mail a nosotros; cuál es el propósito –que no aparece por ninguna parte o que, tímidamente, se descubre después de haber leído media página de insensateces–; qué quiso decir con esos términos tan específicos que no entendemos; por qué incluyó datos de otras personas que no deberíamos conocer; qué ocurrió con el anexo que no apareció o que, al abrirlo, nos encontramos con signos indescifrables... Todos actos fallidos, sin duda.

¿Cuál es el tono adecuado del e-mail? Las cartas administrativas poseen una serie de convencionalismos que nos muestran a un emisor excesivamente formal; por el contrario, los e-mails emplean un lenguaje más suelto y coloquial (sin caer en vulgarismos), y el texto no posee una superestructura fija. Esto responde a la rapidez con que se escriben y se reciben. Su respuesta puede esperarse en pocas horas o minutos. De ahí que su tono esté más cerca de la conversación que de la escritura. Las cartas carecen de la inmediatez de los e-mails y pueden responderse luego de pasados unos días, incluso, semanas.

Analicemos ahora algunas de sus características esenciales que lo definen como un buen mensaje:

a) El objetivo preciso del e-mail

Si el mensaje se propone cubrir varios propósitos a la vez, lo más probable es que no se cumpla ninguno y se produzca, en cambio, un gran desconcierto que necesite de una serie de textos posteriores para aclararlo. Por lo tanto, antes de redactar un e-mail, preguntémosnos qué queremos obtener con el envío del texto, y luego verifiquemos si el mensaje cumple el objetivo.

Para esto, expongamos claramente en nuestro escrito el propósito del texto. De cumplirse este requisito, conseguiremos también otras ventajas, como son: enviárselo a la/s persona/s indicada/s, conformarlo correctamente, encontrar el estilo adecuado, elegir el

momento justo para emitirlo. Por otro lado, no olvidemos que todo escrito, además del motivo declarado, encierra un propósito implícito. Por ejemplo, en un mensaje a nuestro director, el propósito implícito podría ser demostrarle nuestra competencia en el manejo de la escritura. Si respondemos al reclamo de un cliente, nuestro deseo será también resguardar la imagen de la empresa.

Cada vez que recibamos un e-mail, pensemos si es necesario contestarlo y, en el caso de hacerlo, si deberíamos incluir el mensaje original en la respuesta. Si decidimos reenviarlo, sería conveniente consultarlo con el autor. Si no queremos que nuestro texto se reenvíe a otras personas, aclarémoslo al empezar o al final del escrito.

b) Planificación previa del e-mail

- ◆ **La dirección.** El propósito del mensaje indicará los destinatarios, por lo tanto, no incluyamos a todos los integrantes de un grupo de direcciones, sino a los necesarios. Antes de enviar nuestro mensaje, cuidemos de borrar la lista de destinatarios para no molestar a quien lo reciba con una larga serie de nombres en la pantalla que retrasan el encuentro con el texto.
- ◆ **El asunto.** Un buen título para el mensaje contribuye a señalar la importancia de este. El receptor lo distinguirá de los cientos que recibe cada día. ¿Cuándo un asunto es significativo? Cuando informa sintéticamente (no más de cuarenta caracteres) acerca del contenido del texto, es decir, expresa mucho en poco espacio. (Algo parecido ocurre con los titulares de los diarios que, con frases breves, anuncian el contenido de la noticia.)
- ◆ **El encabezamiento.** La existencia del saludo inicial o encabezamiento del texto es cuestionado por quienes piensan que la informalidad propia del e-mail no lo requiere. Sin embargo, este cumple con una misión importante: por un lado, asegurarle al destinatario que el mensaje va dirigido a él, y por otro, hacer menos fría y distante la comunicación, sobre todo si no conocemos al destinatario. El estilo y del tono dependerán de la relación que tengamos con el receptor; del número de destinatarios; del "marco" desde donde parte el mensaje, ya que la institución puede tener su fórmula fija para estos casos.
- ◆ **La despedida.** Los e-mails tienen una fórmula de despedida menos protocolar que la carta. Basta con un simple: "Saludos" o "Cordiales saludos", para incluir un matiz de cortesía. Inmediatamente después aparece la firma, que es el nombre, apodo o señal de reconocimiento del autor. En muchos casos, se hace necesario agregar más datos, como por ejemplo: el cargo de quien escribe y

la dirección de la página *web* de la empresa. (No nos olvidemos que en esta última el interesado podrá encontrar otras informaciones: teléfonos, dirección, fax, e-mail, etc.)

Hay quienes rechazan la inclusión de la despedida y la firma. Lo cierto es que si colocamos un encabezamiento, deberíamos despedirnos y firmar. Entre otras ventajas, hacerlo significa recordarle al destinatario nuestro nombre, a fin de facilitarle componer el encabezamiento para la respuesta. Si la empresa tiene un estilo definido para las despedidas, será el que emplearemos en todos los escritos.

◆ **El diseño.** Recordemos algunos consejos que ayudarán a la legibilidad de nuestros textos:

- a) uso de espacios y líneas en blanco (entre el encabezamiento y el primer renglón del texto, cada párrafo, el último y la despedida, la despedida y la firma);
- b) oraciones breves y ordenadas sintácticamente en párrafos cortos;
- c) si el sistema de e-mail no posee formatos (tipografía, alineación y viñetas, entre otros), y el texto requiere un diseño especial, escribámoslo en otro programa y enviémoslo como anexo;
- d) elijamos la forma habitual de escritura (con combinación de mayúsculas y minúsculas) para evitar mensajes en mayúsculas y minúsculas corridas. Los textos en mayúsculas son difíciles de descifrar –no se distinguen acentos ni siglas– y resultan agresivos; los escritos todos con minúsculas dejan la sensación de descuido y ligereza;
- e) tratemos de no usar abreviaturas, vulgarismos, humor o ironía en los e-mail del trabajo, porque nuestro receptor puede no entenderlos o tomarlos a mal;
- f) evitemos enviar mensajes demasiado largos, por ejemplo, de más de cien líneas;
- g) si el mensaje contiene pasajes de otro autor, hagámoslo saber en el escrito y señalemos su identidad. No olvidemos de pedir permiso antes de copiarlo.

◆ **Los archivos anexos.** Una de las ventajas del e-mail es la posibilidad de anexas archivos al mensaje. Sin embargo, a pesar de ser esta una de sus propiedades más valoradas, el hecho de anexas archivos a un e-mail puede acarrear trastornos y ocasionar problemas lamentables. Por ejemplo:

- ▶ incluir archivos que el destinatario no puede abrir;

- ▶ hacer peligrar el sistema por la transmisión de virus en los anexos;
- ▶ anunciar que se va a mandar un archivo y olvidarse de hacerlo;
- ▶ anexar demasiados archivos o de gran tamaño;
- ▶ incluir en el envío archivos irrelevantes para la cuestión.

En el primer caso, el anexo es incompatible, porque el destinatario no posee el programa en la que este se creó, por lo cual no se enterará de lo que el adjunto contiene. Además, anexar archivos grandes puede producir un bloqueo en la red del receptor durante un tiempo considerable. Lo ideal sería no anexar más de cinco archivos por mensaje. Sabido es que esta práctica favorece el tránsito de los virus o códigos dañinos. Respecto de este tema conviene usar un programa de antivirus, asesorarse a cerca de la fuente y no abrir aquellos anexos sospechosos. Cuando anunciemos que vamos a anexar un archivo, hagámoslo antes de la redacción del mensaje, y en este, aclarémosle a nuestro destinatario qué le enviamos.

3. El estilo y la corrección

Pensemos siempre que si enviamos un e-mail sin tener en cuenta los principios básicos de su redacción, este podría llegar a convertirse en nuestro propio enemigo. En efecto, no produciría el efecto esperado y tergiversaría su propósito.

Lo importante se reduce a escribir con claridad y en un lenguaje sencillo. Es decir, no complicarse demasiado para decir algo que podríamos haberlo hecho en forma directa y usando el mínimo de recursos lingüísticos. ¿Qué beneficios obtendremos? Antes que nada, la seguridad de que nuestro destinatario entenderá, sin pérdidas de tiempo ni energías adicionales, qué le quisimos expresar, dado que no siempre lo que es claro para nosotros lo es para los demás. Y, por sobre todo, le dejaremos la impresión de que conocemos nuestro oficio y que representamos en forma idónea a nuestra institución.

La **revisión** es la estrategia de escritura que nos pide que, por más apurados que estemos, releamos todo el mensaje (por lo menos dos veces) antes de enviarlo. Allí verificaremos, entre otros, la ortografía, la sintaxis, la coherencia, la cohesión y la adecuación del tono del mensaje al destinatario. Sería un error imperdonable no hacerlo.



4. Consejos para tener en cuenta al escribir un e-mail corporativo

a) Medite el qué, el cuándo y a quién va dirigido

Una mala decisión puede suponer un fracaso en la acción. Por ello ponga todos tus "multisentidos" en cada campaña. Estudie a sus clientes, sus intereses, dónde y cuándo abren sus correos; este conocimiento le despejará todas las dudas y lo guiará respecto de cómo personalizar al máximo las campañas actuales y próximas. No se olvide: cada detalle cuenta.

b) Deje la literatura para otro momento. El e-mail corporativo es claridad y concisión

El asunto del correo no ha de tener más de 30 caracteres y es sumamente importante. Aplique la imaginación en su campaña de venta apostando por la creatividad en el asunto. Evite las mayúsculas o el uso de palabras perfumadas de spam como "sexo", "regalo" o "gratis". Recuerde: es lo primero que leerá su destinatario. Apuesta a que aquí se juega el todo por el todo y que se pone toda la carne en el asador, y verá las buenas ideas que surgen.

c) Identifíquese desde la primera palabra

Encabece el comienzo del asunto del correo poniendo el nombre de su empresa. De este modo, el destinatario sabrá en todo momento quién está tras esa comunicación. Sin duda, esto incrementará el grado de apertura del e-mail. Grábeselo en su mente: lo oculto es el gran enemigo del e-mail corporativo.

d) Compre, haga su reserva, concurse... Use llamadas a la acción directa y sin rodeos

Aumentan la potencia del mensaje y favorecen la reacción del destinatario al fin de la comunicación.

e) Ofertas sí, pero no para todos

Con el objetivo de ampliar el número de suscriptores a su lista de envíos, una buena idea es diferenciar las ofertas. Por ejemplo, puede idear promociones válidas para los suscriptores de su newsletter, pero no para aquellos que no se han suscrito. Este tipo de incentivos impulsará su reacción disponiendo de más e-mails donde impactar

sus comunicaciones, aumentar la credibilidad de sus productos o servicios y hacer crecer sus activos.

f) Un e-mail corporativo acompañado de las redes sociales

Las redes sociales se integran en las acciones de e-mail corporativo y potencian su valor. Aproveche sus perfiles sociales en sus correos e incluya en estos botones para que sus destinatarios compartan con otros usuarios sus newsletters, invitaciones, ofertas limitadas, actualizaciones de productos, así como otro tipo de campañas que desee poner en marcha. Pero siempre piense que las redes sociales no lo son todo, sino meras herramientas complementarias. De hecho, el grado de confianza y de respuesta a propuestas de los seguidores de las campañas de e-mail corporativo es mayor que el conseguido en twitter o Facebook. Por ello, intégrealas en sus correos institucionales y todo será más beneficio.

g) Cambia el chip. Sus correos ya no se ven solo en la computadora.

Según una encuesta realizada a usuarios de Internet en febrero de 2012 por la AIMC, el 64% de los accesos a Internet se producen a través de móvil. Entonces ¿por qué esperar para adaptar sus comunicaciones a los nuevos formatos? El momento, lugar y el contexto de apertura de los correos ha cambiado completamente. Empiece hoy a crear sus campañas de e-mail corporativo para que se vean perfectamente en *smartphones*, *tablets* y otros formatos asegurándose así la efectividad de cada acción realizada.

h) La prueba crucial

Antes del envío definitivo de los e-mails a sus destinatarios, dedique unos minutos a hacer pruebas enviando ese correo a diversos gestores de correo. ¿Para qué? Para corroborar que el diseño se observa sin problemas. No obstante, recomendamos que ponga un enlace que diga algo así. "Si no ve correctamente este mensaje, pulse aquí". De este modo, sus clientes y leads podrán ver esa oferta o newsletter vía web sin incidencias de ningún tipo que impidan beneficiarse de los contenidos ofrecidos.

i) ¿Cuál es la hora clave para el envío?

Está probado que la efectividad de apertura de las campañas por e-mail es mayor si el envío se realiza a primera hora de la tarde y no de la mañana. De igual modo, nunca programe los envíos para el primer o el último día de la semana. El miércoles es el día ideal del e-mail corporativo.

j) Sea constante en sus envíos pero sin ser molesto

Del uso al abuso hay un paso así que ofrezca información útil sin saturar, siempre en busca del valor añadido y no del valor perdido cercano al SPAM. Una campaña semanal será un buen inicio.



CONSIGNA N.º 7

Escriba un correo electrónico a su jefe de sección donde le solicita permiso para tomarse el día por estudio, cita con el médico o cualquier otro motivo.



¿Ha comprendido los conceptos fundamentales, los ejemplos y las citas? Consulte sus dudas con su tutor/a.

NORMATIVA DE LA LENGUA



I. SIGNOS DE PUNTUACIÓN:

I.1. USO DEL PUNTO

El punto es la mayor pausa sintáctica que la ortografía señala. Debe colocarse cuando lo que se ha escrito tiene sentido completo y puede reductarse otro período sin que se dude acerca de la comprensión del anterior.

a) Señala el fin de la oración y de su figura tonal:

El maíz no pensó hacerse fuerte como el roble, sino merecer a la altura misma de él sus espiguillas velludas.

Gabriela Mistral

b) Separa oraciones y delimita párrafos:

En estado salvaje era verde y no cantaba. Domesticado, preso en una jaula, se ha vuelto amarillo y gorjea como una soprano. Que alguien atribuya esos cambios a la melancolía del encierro y a la nostalgia de la libertad, ¡mentira!

Yo sé que el muy cobarde antes era verde y mudo para que no lo descubrieran entre el follaje, y ahora es amarillo para confundirse con las paredes y los barrotes de la jaula.

Marco Denevi

c) Cierra las abreviaturas: *cap.* (capítulo), *ed.* (edición), *Dr.* (doctor).

1) Según la RAE, las abreviaturas terminadas en alguna letra volada o voladita (es decir, más pequeña que el cuerpo de composición de la obra o texto y que se coloca en posición elevada en relación con la letra o signo al que afecta), deben tener punto antes de esta: **art.º**, **D.º**, **comp.º**.

2) De acuerdo con la norma anterior, las abreviaturas de números deben llevar el punto *abreviativo*, colocado antes de la letra voladita: **1.º**, **2.º**. Si se omite este punto, se comete una incorrección ortográfica (las abreviaturas deben llevar punto) y además se introduce un elemento de confusión, ya que no es lo mismo 5.º (quinto) que 5º (cinco grados).

Punto seguido o punto y seguido

Es el que se usa cuando termina una oración y el texto continúa inmediatamente después de él, en el mismo renglón o al principio del siguiente.

te, sin sangría. El espacio que sigue a este punto debe ser igual a los restantes de la misma línea.

El punto seguido separa oraciones que poseen continuidad temática, es decir, que se relacionan por su contenido dentro del párrafo.

Una norma, en sentido lingüístico, es el conjunto de reglas restrictivas que definen lo que se puede utilizar en el uso de una lengua si se ha de ser fiel a cierto ideal estético o sociocultural. La norma supone la existencia de unos usos considerados correctos y otros considerados incorrectos, definidos ambos en las gramáticas y ortografías normativas y en los diccionarios del mismo corte. La impone una institución reconocida por la sociedad, institución que para el español, tanto el europeo como el hispanoamericano, es la Real Academia Española, fundada en 1713. Su función es discutida, pero su autoridad sigue siendo mayoritariamente aceptada.

Punto aparte, punto y aparte o punto acápite

Es el que se pone cuando termina un párrafo, y el texto continúa en otro renglón con sangría. Implica una pausa mayor que el punto y seguido.

El punto y aparte se usa para: separar oraciones de distinto contenido, delimitar párrafos o enfocar diversos aspectos de un mismo tema:

Ya no hay recuerdos, Verónica, solo cuenta la vida desde que naciste.

Enero te traje en su último día, te traje acunándote en las casuarinas de plata y verde, te traje palpitando en el corazón de pájaro que late en el verano.

Fuiste una revelación y una sorpresa, la realización de un largo sueño. De una ansiedad florecida cada día.

Poldy Bird

Punto final

Es el que acaba un escrito o una división importante del texto (parte, capítulo, etc.). Indica que lo expresado no necesita de otras palabras para completar su sentido.

Combinación del punto con otros signos lingüísticos

<p>El punto se escribirá siempre detrás de las comillas, los paréntesis y las rayas de cierre.</p>	<p><i>«Tú y yo hemos terminado». Tras estas palabras se marchó, dando un portazo. (Creo que estaba muy enfadada). En la calle la esperaba Emilio —un buen amigo—.</i></p>
--	---

<p>No debe escribirse punto tras los signos de interrogación o de exclamación, aunque con ellos termine el enunciado. Solo debe escribirse punto si, tras los signos de interrogación o de exclamación, hay paréntesis o comillas de cierre. (Lo mismo ocurre con los puntos suspensivos).</p>	<p><i>Pero ¿se puede saber qué estás haciendo?</i> <i>Se puso a gritar como un loco (¡vaya genio que tiene el amigo!).</i></p>
<p>Si el punto de una abreviatura coincide con el punto de cierre del enunciado, solo debe escribirse un punto, nunca dos.</p>	<p><i>A la boda fueron todos sus parientes: tíos, primos, sobrinos, etc.</i></p>
<p>No se escribe otro punto tras los puntos suspensivos, cuando estos cierran un enunciado (a menos que el enunciado esté entre comillas o entre paréntesis).</p>	<p><i>Le gusta todo tipo de cine: negro, histórico, de aventuras... Es un cinéfilo empedernido.</i></p>
<p>Usos incorrectos</p>	
<p>No debe escribirse punto tras las unidades de millar en la expresión numérica de los años, ni en la numeración de páginas, portales de vías urbanas y de códigos postales, ni en los números de artículos, decretos o leyes. Tampoco debe dejarse un espacio en estos casos.</p>	<p><i>Año 1987; página 1150; Avda. de Mayo 1379, etc.</i></p>
<p>No se deben separar los millares, millones, etc., mediante un punto. Cuando consta de más de cuatro cifras, se recomienda separarlas mediante espacios por grupos de tres, contando de derecha a izquierda.</p>	<p><i>52 304, 6 462 749.</i></p>
<p>A diferencia de las abreviaturas, los símbolos no llevan punto.</p>	<p><i>cm, m, l, km</i></p>
<p>No se escribe punto tras los títulos y subtítulos de libros, artículos, capítulos, obras de arte, etc., cuando aparecen aislados y son el único texto del renglón.</p>	<p><i>Cien años de soledad</i></p>

I.2. USO DEL PUNTO Y COMA

El punto y coma indica una pausa superior a la marcada por la coma e inferior a la señalada por el punto.

SE USA:

- a) para separar los elementos de una enumeración cuando se trata de expresiones complejas que incluyen comas:

El saco es azul; los pantalones, grises; la camisa, blanca; y el abrigo, negro.

- b) cuando en una oración aparecen proposiciones yuxtapuestas de cierta extensión o que ya contienen comas:

La situación económica de la empresa, agravada en los últimos tiempos, era preocupante; se imponía una acción rápida y contundente, si se deseaba salvar los puestos de trabajo.

- c) para separar proposiciones yuxtapuestas, delante de conjunciones o locuciones conjuntivas como: *sin embargo, no obstante, por tanto, por consiguiente, en fin, pero, etc.*, cuando los períodos tienen cierta longitud y encabezan la proposición a la que afectan:

Su discurso, pronunciado al poco tiempo de su nombramiento, estuvo muy bien construido y fundamentado sobre sólidos principios; pero no consiguió convencer a muchos participantes en el Congreso.

Nota: si los bloques no son muy largos, se prefiere la coma.

- d) para separar proposiciones yuxtapuestas, cuando la segunda comienza con: *por ejemplo, en efecto, por último, verbigracia*:

En el comienzo, sobre su secuestro en las calles, se da una serie de pasajes, con el narrador inmerso en los personajes, a los que una leve trama policial pretende engarzar; en efecto, el juego escénico de los actores, de gran nobleza de alma, es el mejor logro de la pieza, que ofrece rasgos medievales; por ejemplo, la aparición de figuras alegóricas, que actúan, más que como personificaciones, como voces interiores del protagonista.

- e) cuando intervienen varias aposiciones en una serie, cuyos miembros se separan normalmente con comas.

Nota: Si solo uno de los miembros lleva aposición u otra clase de elemento explicativo, todos los demás, aunque no estén en igual situación, deben separarse con puntos y comas:

Las maestras y las escolares tímidas la besaron también, y lo mismo hicieron doña Carlota, la tendera; y la esposa de don Víctor, el tendero; y la de don Pedro, el almacenero; y la del médico y la del escribano.

- f) para separar los distintos apartados de una enumeración, indicados con letras o con cifras:

La mayor gratificación de las relaciones sexuales con una pareja estable puede tener diferentes interpretaciones, entre ellas: 1) el mayor conocimiento de ambos facilita la mutua gratificación; 2) la infidelidad genera sentimientos de culpa que interfieren con aquella; 3) una pareja ocasional, sobre todo entre los varones, supone un reto para su identidad sexual.

- g) para separar proposiciones yuxtapuestas con el verbo sobrentendido:

Por consecuencia, mi madre recibió el primer premio del concurso; mi padre, también al tanto, el segundo; y yo, sin ninguna evidencia, la mención, hasta que me di cuenta de la maniobra.

- h) antes de las conjunciones *pero, mas, aunque*, si el período tiene cierta extensión, de lo contrario, se usará solo coma:

Por mucho que se esforzó en corregirla, la obra siguió igual, con la misma pesadez y monotonía del comienzo; aunque hoy se representa sin la carga de artificio que se hizo en el pasado.

- i) en el ámbito comercial, para separar cantidades:

Los bancos dieron, después de varias alternativas, sus totales a través de las siguientes cifras: en euros, a 120 días, 456 234 129 pesos (98%); en dólares, a dos años, 98 500 000 (70%); en pesetas, a 180 días, 598 709 489 (79%).

**A partir de ahora, aplique a sus escritos estos principios.
La/o ayudarán a expresar mejor sus pensamientos.
Consulte con su tutora en caso de dudas.**



ACTIVIDADES (Entrega obligatoria)



CONSIGNA N.º 1

Redactar un texto tomando como base las preguntas de la página 20.



CONSIGNA N.º 2

Corrija el siguiente fragmento reescribiendo el texto a partir de las expresiones correctas estudiadas en la 1ª clase, el punto I, de Normativa.

En base a lo conversado y a nivel psicológico, usted debería entrar a la etapa adulta. Considero de que, bajo mi punto de vista y con respecto de las decisiones a considerar, habrán grandes cambios en su vida. El día lunes a las 9 horas, es decir a la primer hora de la jornada, lo espero conforme de lo convenido. Será entonces que fijaremos una rutina diferente a la ya acordada. Lograremos que detrás nuestro queden olvidados los lapsos de tiempo perdidos.



CONSIGNA N.º 3

Cohesione y dé mayor consistencia al "minicuento" de Julio Cortázar agregando las palabras que considere indispensables para lograr un texto narrativo. (No sustituya ninguna, solo agregue las mínimas necesarias). (Ver el cuento en la pág. 45).



CONSIGNA N.º 4

Tildación: Coloque las tildes necesarias y fundamente tres de ellas.

- a) Si quiere mas, dele mas. No se preocupe, que no le hara daño.
- b) ¡Cuanto te hubiera gustado que mi hermano nos acompañara!

- c) Lo se. ¿Donde esta ahora? Seguro que aun no se ha enterado del viaje.
- d) Cuéntame a mi solo lo que sabes de ese asunto; el seguramente lo sabe ya.
- e) Se que tu no tomas cafe, sino te. Si no quieres el cafe, damelo a mi.
- f) Yo no supe lo del accidente hasta ayer al anochecer, pero tu lo supiste enseguida.
- g) ¿Aun no lo has adivinado? Ni aun con su ayuda podrás hacerlo.



CONSIGNA N.º 5

Sobre la base de la siguiente secuencia, construir un texto utilizando todos los conceptos estudiados hasta el momento. (Ver secuencia en la pág. 64).



CONSIGNA N.º 6

Puntuación: Coloque comas en las siguientes oraciones y justifique su empleo. (Ver pág. 76).



CONSIGNA N.º 7

Escriba un correo electrónico a su jefe de sección donde le solicita permiso para tomarse el día por estudio, cita con el médico o cualquier otro motivo.

Envíe su práctico al mes de haber comenzado el curso y, cuando llegue su corrección, verifique los errores y aciertos para cerrar el ciclo del aprendizaje. Paralelamente, pida el segundo cuadernillo para continuar.



ANEXOS

ANEXO I

Nociones básicas para encarar los estudios de Redacción Corporativa

- **Clases de palabras**
- **Paradigma verbal**
- **Los pronombres**

CLASES DE PALABRAS

Las palabras se estudian según tres criterios o aspectos gramaticales:

- criterio sintáctico (estudia las funciones de las palabras en la oración);
- criterio semántico (estudia los significados de las palabras y las clasificaciones que devienen de ellos);
- criterio morfológico (estudia las variaciones de las palabras, su forma, sus accidentes).

Sustantivo

Definición: el sustantivo es la clase de palabra que sirve para designar personas, animales, conceptos o elementos, ya sean reales o existentes en la mente humana.

Criterio sintáctico

La función primordial del sustantivo es la de ser el núcleo de diferentes construcciones nominales. El 'núcleo' de una construcción es la palabra de la que no podemos prescindir, alrededor de la cual aparecen otras palabras que la modifican.

Criterio morfológico

Desde el punto de vista formal, existen sustantivos de género fijo: el sustantivo o es masculino o es femenino. Ej.: caballo, mesa, casa, esperanza. Existen otros que admiten variaciones en su terminación para indicar los accidentes gramaticales de género (niña / niño).

El número es variable.

El género	{ masculino	El número	{ singular
	{ femenino		{ plural

Criterio semántico

Según su significado, los sustantivos se dividen en dos grandes grupos:

- *Propios (no descriptivos)*: nombre con el que se destaca la individualidad de un ser —persona, animal o cosa—, frente a los de su misma clase, con el fin de diferenciarlo: *Leonor, Babieca*.
- *Comunes (descriptivos)*: aluden a personas, animales o conceptos en general que existen en la realidad o son producto de la imaginación humana y cuyas características especiales no difieren de los de su misma clase: *zapato, cisne*. Pueden estar anteceditos por artículos. Dentro de los comunes encontramos:
 - Individual*: nombra un solo ser u objeto: *coche*
 - *Colectivo*: hace alusión en singular a una agrupación de entes diversos: *regimiento, piara*.
 - *Concreto*: designa elementos materiales que tienen existencia por sí mismos: *libro, tejado*.

- **Abstracto:** nombra un concepto, cualidad o estado que existe en la mente humana o que asociamos con frecuencia a personas u objetos: *libertad, amor*. Se forman generalmente a partir de un adjetivo (*simpleza, hermosura*) o de un verbo (la *caída* de las hojas; la *llegada* de la abuela; *el encuentro* de dos seres queridos, etc.).

Adjetivo

Definición: el adjetivo es la clase de palabra que acompaña, modifica o señala al sustantivo.

Criterio sintáctico

La función primordial del adjetivo es acompañar, modificar directamente o referirse al sustantivo.

Criterio morfológico

El adjetivo varía en género y número, según el sustantivo al que esté acompañando.

El género	{	masculino	El número	{	singular
		femenino			plural

Algunos libros de gramática hablan de adjetivos de género fijo, como por ejemplo *inteligente*. En realidad, nosotros lo veremos siempre 'en uso', por eso concluiremos en que el adjetivo *inteligente* (como tantos otros terminados en -e) asume el género del sustantivo al que está modificando: hombre *inteligente* (masculino), mujer *inteligente* (femenino).

Criterio semántico

Según su significado, los adjetivos se dividen en dos grandes grupos:

- ✚ descriptivos (calificativos y numerales) y
- ✚ no descriptivos.

Los calificativos expresan cualidades: *lindo, alto, desagradable*.

Los numerales indican algún tipo de extensión cuantitativa: cardinal o de cantidad (*cinco* libros); ordinal o de orden (*segundo* grado); partitivo, que es el que agrega al sustantivo la idea de parte de una unidad (*media* naranja); múltiplo, que es el que agrega al sustantivo la idea de veces (*triple* nacimiento).

NOTA: los adjetivos gentilicios indican lugar de procedencia u origen: *madrileño, cordobés, mejicano* (El estudiante *mejicano* ingresó en la universidad). A veces se usan también como sustantivos. (El *mejicano* ingresó en la universidad).

Artículo

Definición: palabra del sintagma nominal que se antepone al sustantivo para actualizarlo y señalar si el sustantivo es conocido o no por el emisor, receptor o ambos. Algunos libros de gramática clasifican el artículo como un tipo de adjetivo que tiene la única función sintáctica de modificar directamente al sustantivo.

Criterio sintáctico

Siempre funciona como modificador directo del sustantivo al que acompaña.

Criterio morfológico

Encontramos un artículo femenino (la) y uno masculino (el) y sus versiones en número plural (las/los). El artículo (lo) representa al género neutro: se utiliza para adjetivos, adverbios o participios sustantivados: *lo absurdo de la nota, lo bien que habla, lo leído por la maestra.*

Criterio semántico

El artículo es un determinante semánticamente vacío. Ahora bien, el hecho de que el sustantivo vaya o no precedido de un artículo hace que en el sustantivo se produzcan diferencias semánticas.

Verbo

Definición: el verbo es una clase de palabra que indica proceso, acción o estado.

Criterio sintáctico

La función principal del verbo es ser núcleo del predicado (o de oraciones impersonales). A él se refieren directa o indirectamente otros modificadores.

Criterio morfológico

El verbo es la palabra más rica en accidentes gramaticales, dado que admite variación de número, persona, tiempo y modo (voz y aspecto son otras variaciones que se especificarán más adelante).

Criterio semántico

Atendiendo a la definición que sobre el verbo hacen Amado Alonso y Pedro Henríquez Ureña, "los verbos son unas formas especiales del lenguaje con las que pensamos la realidad como comportamiento del sujeto". Por lo tanto, dado que la realidad es cambiante, la significación del verbo habrá que observarla de acuerdo con criterios morfosintácticos, o según su modo de acción.

Verboides:

Definición: son formas no conjugadas y no personales de los verbos.

Ejemplos:

- **infinitivos**: amar, llegar, salir, entender
- **participio**: amado, llegado, salido, entendido
- **gerundio**: amando, llegando, saliendo, entendiendo

Criterio sintáctico

Los verboides pueden acompañar a los verbos para formar frases verbales, o bien pueden funcionar de la siguiente manera:

Infinitivo: como un sustantivo

Gerundio: como un adverbio

Participio: como un adjetivo

Criterio morfológico

Infinitivo: invariable

Gerundio: invariable

Participio: - género
- número

Criterio semántico

Como en los verbos, la significación de los verboides habrá que observarla de acuerdo con criterios morfosintácticos, o según su modo de acción.

Adverbio

Definición: tipo de palabra invariable que sirve para modificar, precisar, matizar o ampliar el significado de un verbo, de un adjetivo o de otro adverbio.

Criterio sintáctico

El adverbio puede modificar al verbo (Llueve *mucho*), al adjetivo (*demasiado* cansada) o a otro adverbio (*muy felizmente*).

Criterio morfológico

Los adverbios no tienen variación de género y número. Sin embargo, algunos de ellos presentan otras variaciones, como el diminutivo (*ahorita*), el apócope (*tan, muy*) y el superlativo (*muchísimo*).

Criterio semántico

Desde el punto de vista del significado, existen adverbios de: lugar (*acá*), tiempo (*ahora*), modo (*amablemente*), afirmación (*sí*), negación (*no*), duda (*quizás*), cantidad (*mucho*).

Preposición

Definición: palabra que relaciona una palabra con otra/s palabra/s que le sigue/n, como indica su etimología de origen latino *prae* > 'delante', *positio* > 'posición'.

Lista de preposiciones:

a, ante, bajo, cabe, con, contra, de, desde, durante, en, entre, hacia, hasta, mediante, para, por, según, sin, so, sobre, tras.

Criterio sintáctico

Las preposiciones son palabras que enlazan elementos sintácticos. Como las palabras que siguen a la preposición no tienen el mismo valor sintáctico (están subordinadas a ella), decimos que las preposiciones tienen la función de ser 'nexos subordinantes'. Esa es su función: conectar, actuar como nexo. Siempre van seguidas de un término.

Criterio morfológico

Son palabras invariables.

Criterio semántico

Su significado informa sobre circunstancias espacio-temporales y no-
cionales que vienen determinadas por la misma preposición y su término.

Conjunción

Definición: palabra o conjunto de ellas que enlaza oraciones o palabras,
como su etimología de origen latino explica: *cum* > 'con', y *jungo* > 'juntar';
por lo tanto, 'que enlaza o une con'.

Ejemplos: *y (e), o (u), pero, sin embargo, no obstante, por lo tanto.*

Criterio sintáctico

Las conjunciones son palabras que enlazan elementos palabras o
construcciones del mismo nivel sintáctico. Son también nexos (como las
preposiciones) pero nexos coordinantes (esa es su función sintáctica).

Criterio morfológico

Son palabras invariables.

Criterio semántico

La conjunción tiene valor gramatical, no tiene valor semántico. Su
significado lo adquiere en las relaciones oracionales que pueda presentar.

Interjección

Definición: palabra invariable autónoma, que no se inserta funcionalmente
dentro de la oración y constituye por sí sola enunciados independientes,
aunque puede establecer relaciones con otras unidades y formar con ellas
enunciados complejos.

Ejemplos de interjecciones: *iEpa!, iOh!, iUh!*

Criterio sintáctico

Por sí sola puede constituir una oración: *iAh!, iBah!, iJesús!, iVaya!*
(Otras funciones serán desarrolladas más adelante).

Criterio morfológico

Son palabras invariables.

Criterio semántico

Sirve para expresar sentimientos, actitudes y sensaciones del hablan-
te y como llamada de atención al oyente. Expresa estados súbitos de áni-
mo, alegría, dolor, pena, sorpresa, pero tiene su significado en relación con
el contexto: aislada, una interjección no comunica más que la actitud del
hablante y puede ser aplicable a múltiples situaciones. La entonación es la
que marca los diferentes valores significativos de las interjecciones.



Paradigma verbal (*paradigma* significa ESQUEMA, MODELO) de las tres conjugaciones básicas: AMAR / TEMER / PARTIR

Primera Conjugación		Segunda Conjugación		Tercera Conjugación	
AMAR Verboides (Formas no personales)		TEMER Verboides (Formas no personales)		PARTIR Verboides (Formas no personales)	
Simple	Compuesto	Simple	Compuesto	Simple	Compuesto
Infinitivo:		Infinitivo:		Infinitivo:	
amar	haber amado	temer	haber temido	partir	haber partido
Participio		Participio		Participio	
amado		temido		partido	
Gerundio		Gerundio		Gerundio	
amando	habiendo amado	temiendo	habiendo temido	partiendo	habiendo partido

MODO INDICATIVO

a) **Tiempos simples o imperfectos**

Presente					
singular	plural	singular	plural	singular	plural
Yo amo	Nosotros amamos	temo	tememos	parto	partimos
Tú amas	Vosotros amáis	temes	teméis	partes	partís
Él ama	Ellos aman	teme	temen	parte	parten
Pretérito Imperfecto					
amaba	amábamos	temía	temíamos	partía	partíamos
amabas	amabais	temías	temíais	partías	partíais
amaba	amaban	temía	temían	partía	partían
Pretérito perfecto simple					
singular	plural	singular	plural	singular	plural
amé	amamos	temí	temimos	partí	partimos
amaste	amasteis	temiste	temisteis	partiste	partisteis
amó	amaron	temió	temieron	partió	partieron
Futuro imperfecto					
amaré	amaremos	temeré	temeremos	partiré	partiremos
amarás	amaréis	temerás	temeréis	partirás	partiréis
amará	amarán	temerá	temerán	partirá	partirán
Condicional simple					
amaría	amaríamos	temería	temeríamos	partiría	partiríamos
amarías	amaríais	temerías	temeríais	partirías	partiríais
amaría	amarían	temería	temerían	partiría	partirían

a) Tiempos compuestos o perfectos

Pretérito perfecto compuesto	
yo he amado / temido / partido tú has amado / temido / partido él ha amado / temido / partido	nosotros hemos amado / temido / partido vosotros habéis amado / temido / partido ellos han amado / temido / partido
Pretérito Pluscuamperfecto	
había amado / temido / partido habías amado / temido / partido había amado / temido / partido	habíamos amado / temido / partido habíais amado / temido / partido habían amado / temido / partido
Pretérito Anterior	
hube amado / temido / partido hubiste amado / temido / partido hubo amado / temido / partido	hubimos amado / temido / partido hubisteis amado / temido / partido hubieron amado / temido / partido
Futuro Perfecto	
habré amado / temido / partido habrás amado / temido / partido habrá amado / temido / partido	habremos amado / temido / partido habréis amado / temido / partido habrán amado / temido / partido
Condicional Compuesto	
habría amado / temido / partido habrías amado / temido / partido habría amado / temido / partido	habríamos amado / temido / partido habrías amado / temido / partido habrían amado / temido / partido

MODO SUBJUNTIVO

a) Tiempos simples o imperfectos

Presente					
ame	amemos	tema	temamos	parta	partamos
ames	améis	temas	temáis	partas	partáis
ame	amen	tema	teman	parta	partan
Pretérito imperfecto					
amara o amase	amáramos o amásemos	temiera o temiese	temiéramos o temiésemos	partiera o partiese	partiéramos o partiésemos
amaras o amases	amarais o amaseis	temieras o temieses	temierais o temieseis	partieras o partieses	partierais o partieseis
amara o amase	amaran o amasen	temiera o temiese	temieran o temiesen	partiera o partiese	partieran o partiesen
Futuro imperfecto					
amare	amáremos	temiere	temiéremos	partiere	partiéremos
amares	amareis	temieres	temiereis	partieres	partiereis
amare	amaren	temiere	temieren	partiere	partieren

b) Tiempos compuestos o perfectos

Pretérito perfecto	
haya amado / temido / partido hayas amado / temido / partido haya amado / temido / partido	hayamos amado / temido / partido hayáis amado / temido / partido hayan amado / temido / partido
Pretérito pluscuamperfecto	
hubiera o hubiese amado / temido / partido hubieras o hubieses amado / temido / partido hubiera o hubiese amado / temido / partido hubiéramos o hubiésemos amado / temido / partido hubierais o hubieseis amado / temido / partido hubieran o hubiesen amado / temido / partido	

Futuro perfecto
hubiere amado / temido / partido hubieres amado / temido / partido hubiere amado / temido / partido hubiéremos amado / temido / partido hubiereis amado / temido / partido hubieren amado / temido / partido

MODO IMPERATIVO		
Presente (convencionalmente se conjuga en las segundas personas)		
ama tú amad vosotros	teme tú temed vosotros	parte tú partid vosotros



LOS PRONOMBRES

Son palabras que tienen significación ocasional: completan su significado en la situación comunicativa en que son utilizadas. Existen pronombres cuyo significado ocasional depende de las personas que intervienen en el acto comunicativo: se nombra a los interlocutores (*vos, me, etc.*), designan objetos que les pertenecen (la letra *suya, tu casa, etc.*) o los localizan respecto de los lugares que ocupan emisor y receptor (*este libro, aquel paquete*). Podemos reconocer, entonces, en este primer grupo, tres clases diferentes de pronombres: personales, posesivos y demostrativos.

Pronombres: primer grupo

A) Pronombres personales

- Aspecto semántico: señalan a las personas que intervienen en el acto de comunicación y otras de las cuales se habla.
- Aspecto morfológico: varían en persona, género y número.
- Aspecto sintáctico: cumplen funciones propias del sustantivo.

PERSONA	NÚMERO	GÉNERO	FUNCIÓN: SUJETO	FUNCIÓN: OBJETO (DI- RECTO O IN- DIRECTO)	FUNCIÓN: TÉRMINO
PRIMERA	Singular	-----	Yo	Me	Mí / Conmigo
	Plural	masc.	Nosotros	Nos	Nosotros
		fem.	Nosotras		Nosotras
SEGUNDA	Singular	-----	Tú / Vos / Usted	Te	Ti / Vos / Usted Contigo
	Plural	masc.	Vosotros / Uds.	Os / Los / Les/ Se	Vosotros / Uds/ Sí/ Consigo
		fem.	Vosotras / Uds.	Os / Las / Les/ Se	Vosotras / Uds/ Sí/ Consigo
TERCERA	Singular	masc.	Él	Lo / Le / Se	Él / Sí / Consigo
		fem.	Ella	La / Le / Se	Ella / Sí / Consigo
	Plural	neutro	Ello	Lo	Ello
		masc.	Ellos	Los / Les / Se	Ellos / Sí / Consigo
	fem.	Ellas	Las / Les / Se	Ellas / Sí / Consigo	

B) Pronombres posesivos

- Aspecto semántico: señalan la pertenencia de las personas que intervienen en el acto de comunicación (por ej., *mío, tuyo*) y otras de las cuales se habla (por ej., *suyo*).
- Aspecto morfológico: varían en persona del poseedor, el género del objeto poseído y el número del poseedor y de los objetos poseídos.
- Aspecto sintáctico: cumplen funciones propias del adjetivo y del sustantivo.

PERSONA	PRONOMBRES POSESIVOS
Primera	Mío / Mía / Mi
	Míos / Mías / Mis
	Nuestro / Nuestra
	Nuestros / Nuestras
Segunda	Tuyo / Tuya / Tu
	Tuyos / Tuyas / Tus
	Vuestro / Vuestra / Suyo / Suya
	Vuestros / Vuestras / Suyos / Suyas
Tercera	Suyo / Suya / Su
	Suyos / Suyas / Sus

C) Pronombres demostrativos

- Aspecto semántico: señalan la ubicación espacial de los objetos respecto de las personas que intervienen en el acto de comunicación o de aquellas de las cuales se habla (por ej., 'este paquete' indica que el objeto está cerca del que habla).
- Aspecto morfológico: varían en género y número, para concordar con el objeto que se pretende localizar en el espacio.
- Aspecto sintáctico: cumplen funciones propias del adjetivo, del sustantivo y del adverbio.

Cerca de la primera persona	Esta, Este, Estas, Estos, Esto
Cerca de la segunda persona	Esa, Ese, Esas, Esos, Eso
Lejos de la primera y la segunda persona	Aquella, Aquel, Aquellas, Aquellos, Aquello

También son pronombres demostrativos:

Lugar que ocupa la primera persona.	Aquí / Acá
Lugar que ocupa la segunda persona.	Ahí
Lugar alejado de la primera y de la segunda persona	Allí / Allá

Otra clase de pronombres: segundo grupo

Otros pronombres no dependen de las personas que participan en el acto comunicativo, sino que su significado se completa en la situación comunicativa o en el hilo del discurso. Aquí encontramos otras tres clases de pronombres: relativos, enfáticos (interrogativos y exclamativos) e indefinidos.

A) Pronombres relativos

- Aspecto semántico: su significado depende del sustantivo que les antecede en el discurso.
- Aspecto morfológico: algunos varían en género y número, otros quedan invariables.
- Aspecto sintáctico: encabezan proposiciones incluidas (se verán más adelante) y cumplen funciones propias del adjetivo, del sustantivo y del adverbio.
- Son pronombres relativos: **que, quien /es, cuyo/a/os/as, cual/es, cuanto/a/os/as, donde, como, cuando.**

B) Pronombres enfáticos (interrogativos o exclamativos)

- Aspecto semántico: expresan la actitud del hablante en oraciones o proposiciones interrogativas y exclamativas, estén o no entre signos.
- Aspecto morfológico: algunos varían en género y número, otros quedan invariables.
- Aspecto sintáctico: encabezan oraciones o proposiciones incluidas (estas se verán más adelante) y cumplen funciones propias del adjetivo, del sustantivo y del adverbio.
- Son pronombres enfáticos: **qué, quién /es, cuál/es, cuánto/a/os/as, dónde, cómo, cuándo, por qué.**

C) Pronombres indefinidos

(No están claramente incluidos en el sistema; de hecho, algunas gramáticas ni los mencionan)

- Aspecto semántico: como su nombre indica, aluden de manera imprecisa a la realidad.
- Aspecto morfológico: algunos varían en género (*varios/as*) o en número (*bastante/s*), otros en ambos (*cierto, poco, otro*) y otros permanecen invariables (*algo, alguien, nada, siempre, etc.*)
- Aspecto sintáctico: con funciones propias del adjetivo, del sustantivo y del adverbio.
- Algunos pronombres indefinidos son: **uno, otro, alguien, algo, quienquiera, cualquiera, todo, etc. (como sustantivos); mucho, otro, mismo, alguno, cierto, varios, cualquier, etc. (como adjetivos); poco, mucho, menos, siempre, nunca, dondequiera, etc. (como adverbios).**

ANEXO II⁸**LOS TEXTOS ESCRITOS Y EL MUNDO LABORAL**

Introducción: En los últimos años, se han abierto nuevos canales de comunicación y es curioso que la mayoría estén destinados a la creación de mensajes escritos y que hasta algunos impongan desafíos, tales como resumir lo que se quiere decir en pocos caracteres. Facebook, Twitter, blogs, páginas web, correos electrónicos, intranet, newsletters, chats en el celular son algunos ejemplos que marcan esta nueva era de la comunicación escrita. Todos estos canales han sido insertados en el mundo laboral como herramientas útiles para la publicidad, para informar y para poder comunicar dentro y fuera de la empresa en el día a día. Como expresan Tomaello y Gitelman (2012: 118), actualmente en las corporaciones, la frecuencia del ida y vuelta se ha convertido en exponencial, y la multiplicidad de propuestas excede la unicidad del mensaje.

“Como cualquier sistema, la comunicación tiene un sentido propio y último, para seguir existiendo. Y que la evolución constante produzca nuevas cosas y nuevos procesos forma parte del sistema” (Solari, 2006). La redacción corporativa no se mantiene ajena a esta evolución: hoy en plena sociedad de la información y de la tecnología, los géneros empresariales se están enfrentando a desplazamientos, transformaciones, cruces y variedades. Pampa y Barei (2009: 9) admiten que “quizás el cruce sea en la actualidad el único lugar posible, zona de tensiones y de peligros, pero también de creatividad y de producción”.

No es casual que esta transformación acompañe otros cambios que se han producido en el funcionamiento de las empresas últimamente: hoy la verticalidad deja de ser común y el recambio de empleados se hace usual, así como la inserción de un área especializada en el factor humanístico (Recursos Humanos) determina la relevancia de la comunicación corporativa.

Paula Molinari explica que esto se debe a la convivencia de cuatro generaciones en las empresas. Las dos últimas, denominadas generaciones X e Y, diferentes de las tradicionales o antiguas, focalizan su atención en el auto-desarrollo, quieren libertad y acceso a la educación, poseen códigos informales (lenguaje, vestimenta, etc.) y tienen una visión multidimensional de las oportunidades (Anónimo, *Talents*, 2007).

Todos estos son indicios de que estamos viviendo en una nueva sociedad, en un nuevo mundo y esto conlleva, según Rojas (1994), a reconocer la necesidad de un cambio de la formación en comunicación, desde conocimientos teóricos hasta desarrollo de habilidades personales. Y agrega “creemos que la comunicación puede ser concebida no solo como un proceso determinado por la estrategia de negocio sino que inclusive como arte o ciencia puede ser determinante de la estrategia misma del negocio” (p. 59).

Esta nueva visión reclama la necesidad de modificaciones en los programas tradicionales de talleres de redacción corporativa. Es momento de que todos

⁸ Extraído de la tesina *Trabajando el escribir: taller de redacción para empresas*. Parte I, de María Agustina Seeber y María Florencia Puppo, Buenos Aires, 2012.

estos cambios se vean complementados con una revaloración de la palabra escrita como medio para lograr resultados más efectivos sobre los fines comunicativos que rigen actualmente a una empresa. Las transformaciones del mundo moderno le exigen a la redacción ser el instrumento de gestión necesario para apoyar los cambios.

Sobre esta base, es indispensable la planificación de un curso de redacción adaptado a estas necesidades generales de las empresas y, por supuesto, a las particulares de cada una de ellas. Su necesidad surge de la pertinencia profesional y social de expresar la información a través de convenciones ortodoxas y preestablecidas de escritos que se manejan en el mundo laboral, pero como resultado de la incorporación de los conocimientos clave para lograr mensajes claros, precisos, concisos y, en lo posible, creativos.

Con el objetivo de cumplir con las formalidades de siempre, pero a la vez de lograr un lenguaje más humano y menos rígido, desarrollaremos un programa teórico y un cuadernillo de actividades. Todos los resultados serán producto de una investigación previa, que estará dividida en obtener información sobre la oferta y la demanda.

Primero, nos dedicaremos a la recolección de datos a partir de una encuesta que pretende obtener información sobre los obstáculos más comunes que se presentan a la hora de redactar un documento, cuáles son los que más se utilizan en el trabajo y otros datos inherentes. Luego, presentaremos una investigación de mercado en la Web, para tomar como punto de partida qué es lo que se ofrece en esta materia y qué se podría mejorar.

Capítulo I: ESTUDIO DE LA DEMANDA: ¿CÓMO ESCRIBIMOS?

En esta sección nos dedicamos a estudiar las necesidades que existen en el mundo laboral respecto del desarrollo de material escrito. Para ello, diseñamos una encuesta que fue difundida en la Web. Con una muestra de 100 encuestados se llegaron a los siguientes resultados:

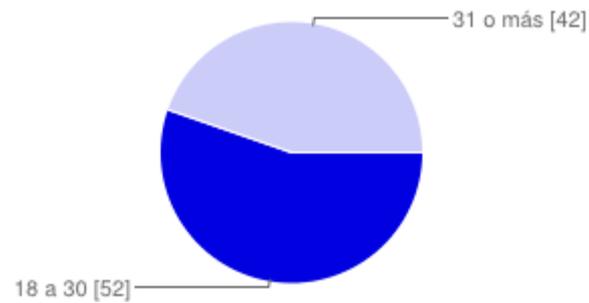
Ficha técnica	
Fecha de relevamiento	16 a 26 de septiembre de 2012
Universo	Personas mayores de 18 años con nivel de estudio medio a avanzado
Tipo de investigación	Cuantitativa. Encuesta online con cuotas de edad y nivel de estudio (segmentación de la muestra)
Casos	100

1. RESUMEN

A. Edad

18 a 30 48%

31 o más 39%



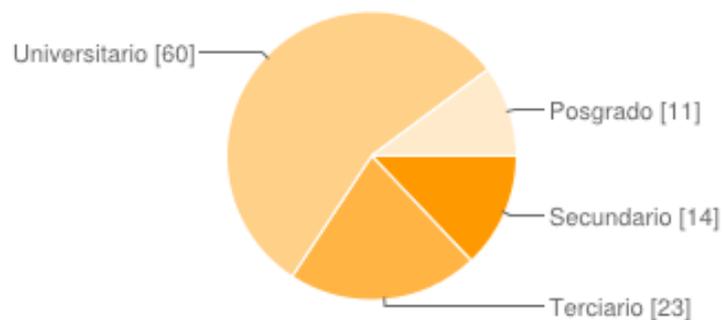
B. Nivel de estudio

Secundario 13%

Terciario 21%

Universitario 56%

Posgrado 10%

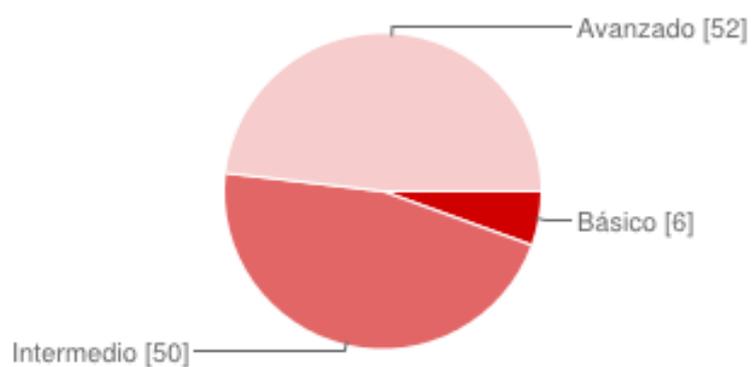


C. Nivel de conocimiento de la lengua castellana

Básico 6%

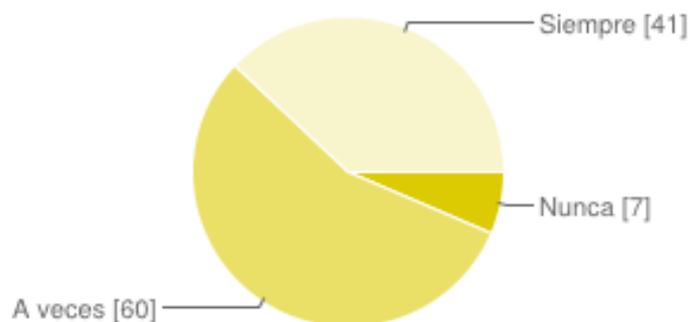
Intermedio 46%

Avanzado 48%

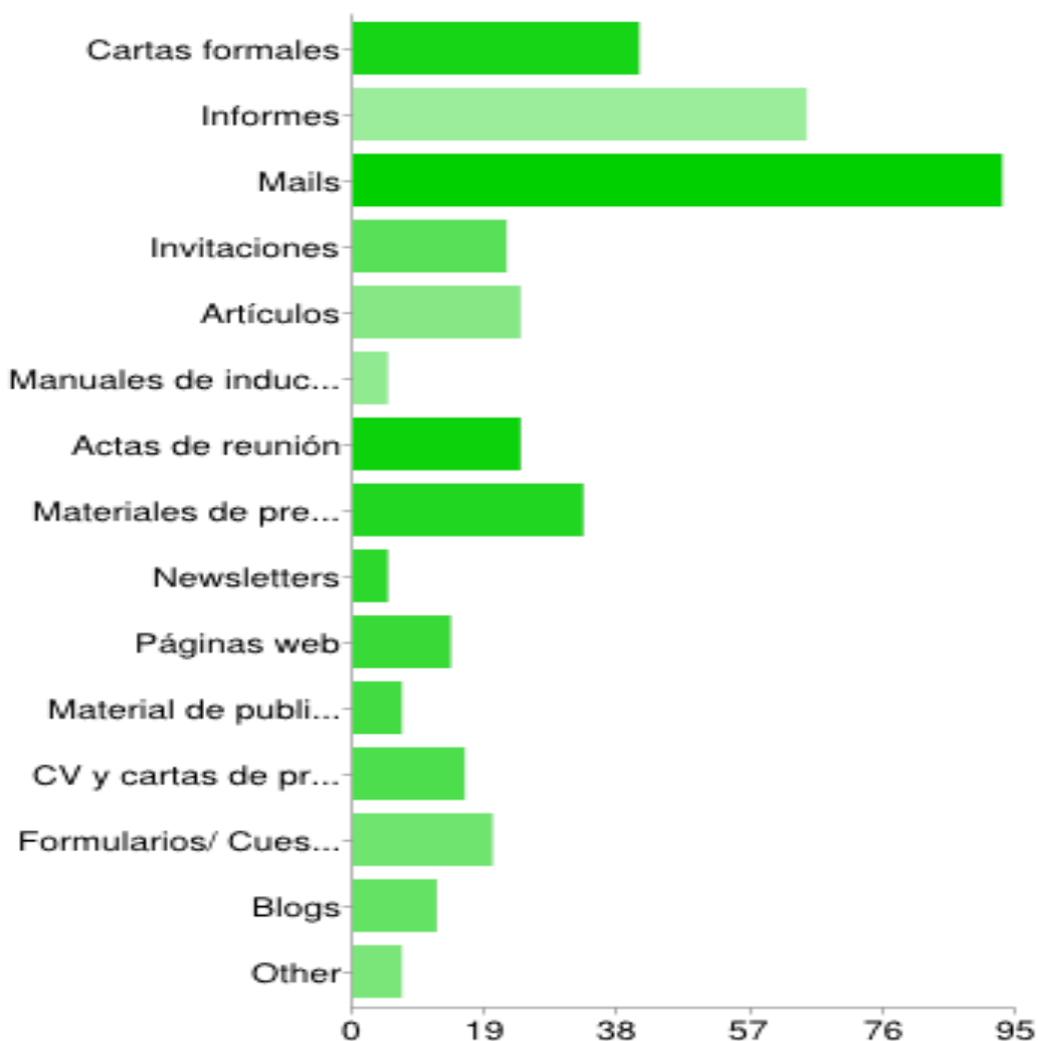


D. Frecuencia de elaboración de textos escritos en el trabajo

Nunca	6%
A veces	56%
Siempre	38%

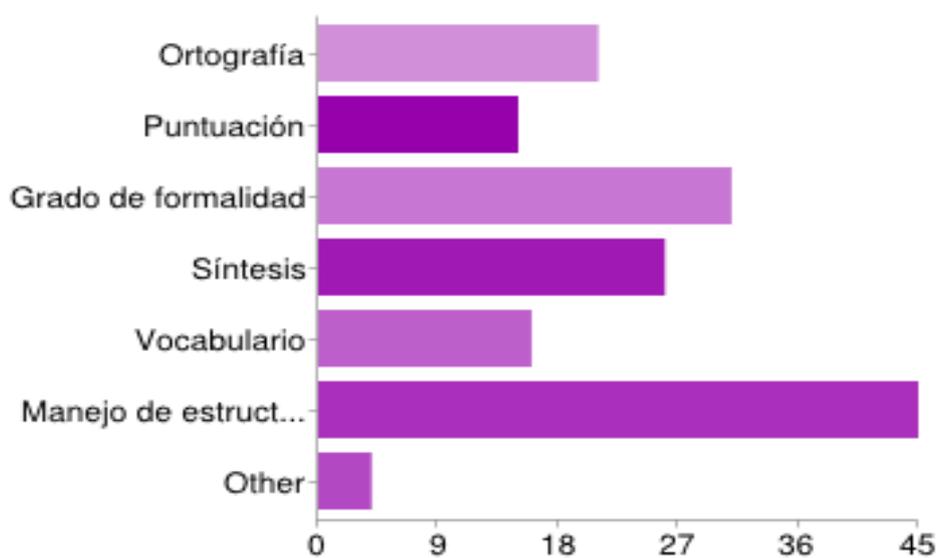


E. Tipos de textos que generalmente redacta



Cartas formales	38%
Informes	60%
Mails	86%
Invitaciones	20%
Artículos	22%
Manuales de inducción	5%
Actas de reunión	22%
Materiales de presentación	31%
<i>Newsletters</i>	5%
Páginas web	13%
Material de publicidad/ Catálogos	6%
CV y cartas de presentación	15%
Formularios/ Cuestionarios/ Encuestas	19%
Blogs	11%
Otros	6%

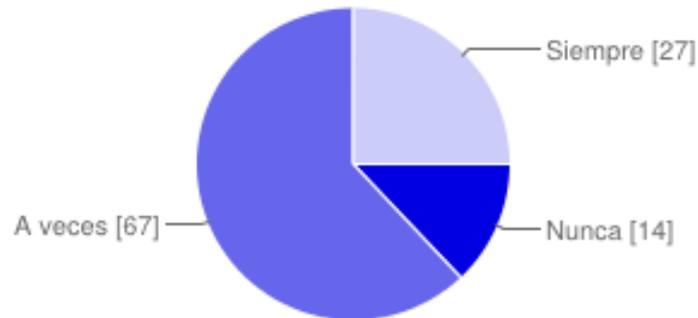
F. Obstáculos en el momento de escribir



Ortografía	19%
Puntuación	14%
Grado de formalidad	29%
Síntesis	24%
Vocabulario	15%
Manejo de estructuras para cada tipo de texto	42%
Otros	4%

G. Frecuencia con la que escribe en otros ámbitos fuera del laboral

Nunca	13%
A veces	62%
Siempre	25%



2. ANÁLISIS DE LOS DATOS

De los resultados obtenidos en la encuesta, se pueden rescatar las siguientes conclusiones:

De la totalidad de los encuestados, la mayoría utiliza la redacción en el trabajo: un 56% lo hace a veces y un 38%, continuamente. Los textos que más se escriben son mails (86%), informes (60%) y cartas formales (39%).

Teniendo en cuenta que la edad de los encuestados se segmentó entre 18 a 30 años y 31 o más, que el nivel de estudio que poseen es universitario en un 55% y terciario en un 21%, que las personas consideran que su grado de conocimiento de la lengua castellana escrita es intermedio (47%) y avanzado (47%) y que el 63% escribe fuera del ámbito laboral, entendemos que, a pesar de que se cuenta en general con una base sólida de conocimientos, estos no alcanzan para cubrir todos los aspectos que se requieren al elaborar un texto coherente y adecuado.

Al indagar respecto de los principales obstáculos que los encuestados encuentran al momento de escribir, el manejo de estructuras para cada tipo de texto, el grado de formalidad y la síntesis son los más recurrentes, con un 43%, 29% y 25%, respectivamente.



LIBROS

- AA.VV. (2010) *Normativa de la lengua I*, Buenos Aires: Ediciones Mallea.
- (2010) *Normativa de la lengua II*, Buenos Aires: Ediciones Mallea.
- (2010) *Lengua y comunicación I*, Buenos Aires: Ediciones Mallea.
- (2010) *Lengua y comunicación II*, Buenos Aires: Ediciones Mallea.
- (2011) *Gramática textual*, de Buenos Aires: Ediciones Mallea.
- (2011) *Expresión escrita II*, Buenos Aires: Ediciones Mallea.
- BERISSO, M. (2006) *Protocolo y ceremonial*, Buenos Aires: Espasa, 2008.
- CASSANY, D. (1987) *Describir el escribir. Cómo se aprende a escribir*, Buenos Aires: Paidós, 2011.
- (1993) *La cocina de la escritura*, Barcelona: Anagrama, 1995.
- (2007) *Afilas el lapicero*, Buenos Aires: Anagrama, 2010.
- CORTELEZZI, E. (2009) *Buenos modales. Buenos negocios*, Buenos Aires: Grijalbo, 2010.
- GARCÍA NEGRONI, M. M. (2010) *Escribir en español. Claves para una corrección de estilo*, Buenos Aires: Santiago Arcos Editor, 2010
- KASTIKA, E. (2003) *Introducción a la creatividad*, Buenos Aires: Innovar.
- MONTOLIO, E. (2000) *Manual práctico de escritura académica*, Barcelona: Ariel, 2000.
- SCHEINER, S. (2008) *Seminario: Escritura corporativa*, Buenos Aires: Universidad de San Andrés, 2008.
- SEEBER, M. A. y PUPPO, M. F. (2012) *Trabajando el escribir: taller de redacción para empresas*. (Tesina aprobada en el Instituto Mallea), Buenos Aires.
- TOMAELLO, F.; GITELMAN, N. (2012) *Redes sociales y empresas. Menos enredo, más conexión*, Buenos Aires: Errepar, 2012.
- REAL ACADEMIA ESPAÑOLA (2001) *Diccionario de la Lengua Española*, Madrid: Espasa-Calpe.
- (2005) *Diccionario panhispánico de dudas*, Madrid: Santillana.
- (2010) *Ortografía de la Lengua Española*, Madrid: Espasa-Calpe.

DOCUMENTOS ELECTRÓNICOS

- ARAUJO GARCÍA, C. "La comunicación escrita en la empresa" [En línea]. *Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales España. Instituto Nacional de Seguridad e Higiene en el Trabajo*. Dirección URL: <<http://www.insht.es>> [Consulta: 10 de noviembre de 2012]
- ANÓNIMO. "Cuatro generaciones conviven en el trabajo" [En línea]. *Talents*. 9 de mayo de 2007. Dirección URL: <<http://psicologiaorganizacional.wordpress.com>> [Consulta: 15 de noviembre de 2012]
- ARRIBAS URRUTIA, A. "Comunicación en la empresa. La importancia de la información interna en la empresa" [En línea]. *Latina*. Revista Latina de Comunicación Social. No. 27. (marzo de 2000). Dirección URL: <www.ull.es/publicaciones/latina> [Consulta: 18 de noviembre de 2012]
- BRIZI, M. "La comunicación escrita, hoy en día todo un desafío" [En línea]. *De contenido*. Dirección URL: <www.decontenido.com.ar> [Consulta: 15 de noviembre de 2012]
- OWEN, E. "Mensajes irresistibles para enamorar a los clientes" [En línea]. *Concepto Lateral. Diseños comunicacionales*. Dirección URL: <<http://www.conceptolateral.com>> [Consulta: 18 de noviembre de 2012]
- RAMÍREZ CAPELLO, E. (2008) *Manual de Redacción*, [en línea], UNIACC, Vicerrectoría Académica, Cuaderno docente N°7, [consultado 10 de mayo de 2012]. Disponible en:
<http://crea.uniacc.cl/ArchivosSugeridos/publicaciones/cuadernillo%20Capello.pdf>
- ROJAS, L. R. "La comunicación: factor clave del éxito en los negocios" [En línea]. *Questiones publicitarias*. Questiones Publicitarias No. 3. Revista de Comunicación y Publicidad. 1ª Etapa. Año 1994. Dirección URL: <www.maecei.es> [Consulta: 18 de noviembre de 2012]
- SOLARI, A. "Comunicación corporativa: la construcción de una realidad" [En línea]. *Inmediaciones de la comunicación*. Vol 5 No. 5. (Agosto 2006). Dirección URL: <<http://www.ort.edu.uy>> [Consulta: 18 de noviembre de 2012]
- VINANTE, L. J. "Cómo crear mensajes claros, llegar y meterse dentro de su lector" [En línea]. *PyMES on line*. Dirección URL: <<http://www.pymesonline.com>> [Consulta: 18 de noviembre de 2012]

