



Facultad de Educación

**MÁSTER EN FORMACIÓN DEL PROFESORADO DE EDUCACIÓN
SECUNDARIA**

***TikTok e Instagram* como recursos didácticos en la enseñanza pragmática
de la comunicación oral**

***TikTok and Instagram* as teaching resources in the pragmatic teaching of
oral communication**

Alumno/a: Sara Fernández Hidalgo

Especialidad: Lengua Castellana y Literatura

Directora: Marta Gancedo Ruiz

Curso académico: 2021/22

Fecha: junio de 2022

Índice

1.	INTRODUCCIÓN Y JUSTIFICACIÓN	1
2.	MARCO TEÓRICO	2
2.1	LA COMPETENCIA COMUNICATIVA	4
2.2	LA PRAGMÁTICA COMO COMPONENTE PARA EL DESARROLLO DE LA COMPETENCIA COMUNICATIVA.....	6
2.2.1	Breve recorrido por las principales teorías pragmáticas.....	6
2.2.2	La competencia pragmática.....	10
2.3	LA COMUNICACIÓN ORAL	11
2.3.1	La expresión y comprensión oral y sus componentes.....	13
2.3.2	Comunicación no verbal	16
2.3.3	Estrategias de cortesía	17
2.4	LA ADOLESCENCIA	22
2.4.1	El lenguaje adolescente.....	23
2.4.2	Las redes sociales: <i>Instagram</i> y <i>TikTok</i>	25
2.5	LA COMPETENCIA PRAGMÁTICA EN LA COMUNICACIÓN ORAL EN SECUNDARIA	27
2.5.1	La competencia oral en Secundaria.....	27
2.5.2	Bases teóricas para una intervención didáctica	28
3.	PROPUESTA DIDÁCTICA	30
3.1	INTRODUCCIÓN Y CONTEXTO	30
3.2	JUSTIFICACIÓN	31
3.3	OBJETIVOS	32
3.4	METODOLOGÍA Y RECURSOS	32
3.5	ELEMENTOS CURRICULARES	34
3.5.1	Objetivos	34
3.5.2	Contenidos	35
3.5.3	Criterios de evaluación	36
3.6	PROPUESTA DIDÁCTICA.....	40
4.	CONCLUSIONES	42
5.	BIBLIOGRAFÍA.....	44
6.	ANEXOS.....	49
6.1	ANEXO 1: PROPUESTA DIDÁCTICA	49
6.2	6.2 ANEXO 2: DESARROLLO DE LA PROPUESTA DIDÁCTICA	63
6.3	ANEXO 3: RÚBRICA DE EVALUACIÓN FINAL	71

Resumen

La comunicación oral es una herramienta indispensable en nuestra vida diaria. Este trabajo presenta una propuesta docente, dentro de la asignatura de Lengua Castellana y Literatura, dirigida a estudiantes de cuarto de la Educación Secundaria. Se pretende, con ella, abordar algunas de las estrategias pragmáticas necesarias para desarrollar una correcta competencia oral.

Para desarrollar esta competencia oral, se parte del punto de vista de la pragmática, una de las disciplinas que más ha evolucionado en los últimos años, cambiando nuestra concepción de comunicación. Dentro de los aspectos pragmáticos de la comunicación se hará especial hincapié en la comunicación no verbal y las estrategias de cortesía. Como herramienta principal se hará uso de los vídeos breves de *TikTok* e *Instagram*, ya que forman parte de la vida cotidiana de los estudiantes y en ellos abundan diferentes estrategias comunicativas.

Palabras clave: Comunicación oral, pragmática, Educación Secundaria, Lengua Castellana y Literatura

Abstract Oral communication is an indispensable tool in our daily life. This paper presents a teaching proposal, within the subject of Spanish Language and Literature. The aim of this proposal is to address some pragmatic strategies necessary to develop a correct oral competence.

In order to develop this oral competence, we start from a pragmatic point of view, one of the disciplines that has evolved the most in recent years, changing our conception of communication. Within the pragmatic aspects of communication, special emphasis will be placed on non-verbal communication and politeness strategies. As a main tool, use will be made of TikTok and Instagram short videos, since they are part of the daily life of students, and they abound in different communicative strategies. **Key words:** Oral communication, pragmatics, Secondary Education, Spanish Language and Literature

1. INTRODUCCIÓN Y JUSTIFICACIÓN

La comunicación oral conforma el eje principal de nuestra comunicación diaria. Una adecuada competencia comunicativa ayudará a fomentar buenas relaciones personales, profesionales y sociales. Es necesario, por tanto, formar a nuestros estudiantes y desarrollar su competencia oral.

Las nuevas leyes educativas ponen el foco en la enseñanza de la competencia lingüística, especialmente en la lengua oral, que hasta ahora quedaba en un segundo plano tras la lengua escrita. Así, encontramos la *competencia en comunicación lingüística*, como la primera competencia básica de la LOMCE (Orden ECD/65/2015, de 21 de enero). Es decir, la competencia lingüística, debe abordarse de forma transversal en todos los cursos de la Educación Secundaria.

En la asignatura de Lengua Castellana y Literatura se da especial importancia a la comunicación. Entre los objetivos del currículo de la asignatura se encuentra de manera explícita que los estudiantes deben ser capaces de comunicarse de manera efectiva, pudiendo expresarse con fluidez y claridad, utilizando enunciados adecuados, coherentes y bien cohesionados, al contexto e interlocutor. Se exige además que se expresen con una correcta pronunciación y entonación, dominando con pertinencia y claridad el código no verbal y los recursos paralingüísticos que acompañan al lenguaje.

La enseñanza de la lengua oral debe abordarse, por tanto, desde un enfoque pragmático, teniendo en cuenta todos los elementos que conforman la comunicación. En la propuesta didáctica desarrollada en este se hará hincapié en la reflexión pragmática de la comunicación oral y se pondrá el foco en las estrategias de comunicación relacionadas con la comunicación no verbal y la cortesía.

El objetivo principal de este Trabajo de Fin de Máster es realizar una propuesta didáctica que permita desarrollar las habilidades comunicativas de los estudiantes. Para ello, como herramienta principal, se hará uso de los vídeos de las redes sociales *TikTok* e *Instagram*.

Para alcanzar este objetivo, se busca cumplir los siguientes objetivos específicos:

- Realizar una reflexión teórica sobre la pragmática, la comunicación oral y sus componentes.
- Analizar el lenguaje juvenil para establecer unas bases de intervención didáctica.
- Llevar a cabo una propuesta didáctica que lleve a la reflexión y el desarrollo de diferentes estrategias comunicativas.

Para la consecución de dichos objetivos, el trabajo se compone de un marco teórico y una propuesta didáctica. Se parte de la idea general de *competencia lingüística* para adentrarnos en una de sus partes, la pragmática, y posteriormente la comunicación oral. Una vez establecido este marco teórico, se da paso a la descripción teórica del lenguaje adolescente, en el cual deseamos intervenir, y a las buenas prácticas didácticas para el desarrollo de la competencia oral.

Finalmente, se realizará una propuesta didáctica en la que se explique el contexto, el marco legislativo y el desarrollo de la propuesta.

Como cierre del trabajo se presentan las conclusiones que se han extraído a lo largo de la realización del mismo, así como las posibles vías de investigación, y el trabajo bibliográfico que ha servido de base para la realización del marco teórico.

2. MARCO TEÓRICO

Una de las características más distintivas del ser humano es la capacidad para comunicarse. Esta habilidad es, ante todo, una herramienta que nos permite crear y satisfacer necesidades como dar o pedir información, establecer relaciones o aprender. La lengua es el medio que nos permite acceder a la sociedad en la que vivimos, formar parte de una comunidad, acceder a un trabajo.

Para poder comunicarnos correctamente es necesario, además de conocer la gramática, poseer diferentes conocimientos, en palabras de Cassany, Luna y Sanz (2002:85) «hay que saber qué registro conviene utilizar en cada situación,

qué hay que decir, qué temas son apropiados, cuáles son el momento, el lugar y los interlocutores adecuados, las rutinas comunicativas, etc.». Es decir, hay que tener desarrollada la *competencia comunicativa*. Estos autores definen la competencia comunicativa como «el conjunto de estos conocimientos no lingüísticos que tiene interiorizados un usuario ideal» (Cassany et. al, 2002: 85). En otras palabras, comunicar no es solo conocer el código lingüístico, sino que debemos conocer todos los factores extralingüísticos que rodean la comunicación, como la comunicación no verbal, el contexto o la relación entre los interlocutores.

Desde la Ley Orgánica 2/2006 se establece el enfoque comunicativo como el principal modo de enseñanza. Este enfoque toma como base las cuatro habilidades comunicativas básicas (comprender y expresarse tanto de forma escrita como oral) para promover el desarrollo de la competencia comunicativa en los hablantes de una lengua (Molina, 2018). Este enfoque ha ido ganando importancia y es el que más presente está en el aula.

A esta metodología se le añade la enseñanza por competencias. Desde la Ley Orgánica 2/2006 se establecen una serie de *competencias clave*, implantadas de forma transversal entre todas las asignaturas, cuyo objetivo es lograr que los individuos alcancen un pleno desarrollo personal, social y profesional ajustado al mundo en el que viven. Una de las competencias más importantes es la *competencia en comunicación lingüística* (CCL). En ella se desarrolla la importancia de la comunicación, tanto oral como escrita y en los diferentes soportes posibles, ya que es un instrumento fundamental para la socialización, el desarrollo personal y el aprovechamiento educativo.

La comunicación lingüística es una competencia compleja y necesita la interacción de diferentes destrezas, puesto que se produce en múltiples modalidades de comunicación y diferentes soportes, y conocimientos (lingüístico, pragmático-discursivo y sociocultural). El objetivo principal es que los estudiantes sean capaces de desenvolverse en las múltiples modalidades de comunicación y en diferentes soportes (Orden ECD/65/2015: 6991).

Para llegar a este objetivo es necesario trabajar la Pragmática en Secundaria. Este aprendizaje dotará a los estudiantes de unos conocimientos lingüísticos necesarios para su desarrollo personal, académico y profesional.

2.1 LA COMPETENCIA COMUNICATIVA

El verdadero sentido de la lengua es servir de herramienta, bien sea de forma oral o por escrito. Solo se llega a actuar con éxito en una lengua si se es comunicativamente competente en ambos códigos.

El concepto de *competencia comunicativa* surge desde distintos ámbitos por la necesidad de estudiar la lengua en uso. Parte del término de *competencia lingüística* de Chomsky, quien lo acuñó para aludir a la «capacidad innata de un hablante y un oyente ideal para emitir y comprender un número ilimitado de oraciones en una comunidad de habla homogénea» (Lomas, 2015: 6).

Las posteriores investigaciones han demostrado que un conocimiento formal de la lengua, basado exclusivamente en el dominio de la competencia lingüística, no garantiza una buena comunicación, sino que son necesarias otra serie de habilidades y conocimientos que garanticen un buen empleo de la lengua adaptado al contexto en el que se realice. Así, Gumperz y Hymes definen el término de *competencia comunicativa* como «aquello que un hablante necesita saber para comunicarse de manera eficaz en contextos culturalmente significantes (...). La competencia comunicativa se refiere a la habilidad para actuar» (Gumperz y Hymes, 1972 citado por Lomas, 2015: 26).

El término ha evolucionado y se ha ampliado con los diferentes estudios realizados. Canale (1983) señala que el dominio de la competencia comunicativa es la suma del conocimiento de varias subcompetencias: la *competencia gramatical*, es decir, el dominio del código verbal y no verbal; *competencia sociolingüística*, las normas de uso y de discurso; *competencia discursiva*, el modo en que se combinan las formas gramaticales y los significados para lograr un fin; *competencia estratégica*, estrategias de comunicación verbal y no verbal, cuyo dominio puede compensar las dificultades en la conversación y favorecer la efectividad.

Unos años más tarde Bachman (1990) propone distintas dimensiones dentro de la competencia comunicativa. Distingue, por un lado, la *competencia*

organizativa en la que se incluyen «habilidades relacionadas con la estructura formal de la lengua para producir o reconocer frases gramaticales correctas, incluyendo su contenido proposicional y ordenándolas para formar textos»; por otro, la *competencia pragmática*, en la que contempla la relación entre signos – referentes y lengua – contexto (Bachman, 1990: 87).

En el ámbito educativo, en concreto en la enseñanza de lenguas extranjeras, el *Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas*, en adelante *MCER* (Consejo de Europa, 2001), distingue entre las competencias comunicativas de la lengua: la *competencia lingüística*, *sociolingüística* y *pragmática*. Todas ellas integran el saber (comprende el conocimiento general del mundo); el saber hacer (las destrezas y habilidades); el saber ser (la competencia existencial); y el saber aprender.

En la actualidad C. Lomas (2015) define la competencia comunicativa como:

un conjunto de conocimientos, estrategias, habilidades y actitudes que hacen posible un uso adecuado, correcto, eficaz y coherente de la lengua en diversas situaciones y contextos *del intercambio comunicativo entre las personas. Integra un conjunto de conocimientos no solo lingüísticos, sino también* estratégicos, sociolingüísticos y textuales sin cuyo dominio no es posible un uso competente de la lengua en nuestras sociedades. (Lomas, 2015: 26)

Este autor aboga por desarrollar, además, otras dos competencias que, si bien no estaban en las formulaciones originales, Lomas sostiene que están ligadas a la educación y a los nuevos modos de comunicación presentes en la actualidad: por un lado, la *competencia literaria*, relacionada con el uso y disfrute de la literatura; por el otro lado, la *competencia semiológica* o *mediática*, que hace posible la interpretación crítica de los mensajes en medios de comunicación de masas e Internet.

En conclusión, para que un hablante tenga éxito, en todo acto comunicativo debe no solo manejar con corrección la lengua, sino tener en cuenta diversos factores, como los participantes y la situación comunicativa –el contexto, el mensaje, el canal y el código–, ya que «la relación entre estos elementos es tan estrecha que todos tienen capacidad de incidir sobre los demás» (Moreno, 2002). Desarrollar la competencia comunicativa es de vital importancia para el aprendizaje, la educación y el desarrollo social.

2.2 LA PRAGMÁTICA COMO COMPONENTE PARA EL DESARROLLO DE LA COMPETENCIA COMUNICATIVA

La Pragmática es una disciplina que, a pesar de ser muy reciente, cada vez tiene más importancia tanto en la lingüística como en la educación. Esta disciplina estudia el uso del lenguaje en función de la relación que se establece entre el enunciado, el contexto y los interlocutores. Se interesa, por tanto, en analizar cómo los hablantes producen e interpretan enunciados en contexto. En consecuencia, se han de tomar en consideración los factores extralingüísticos que determinan el empleo del lenguaje, como los interlocutores, la intención comunicativa, el contexto o el conocimiento del mundo (AA. VV., 2008).

2.2.1 Breve recorrido por las principales teorías pragmáticas

La Pragmática es uno de los campos de estudio de la lengua, desarrollado desde los últimos años del siglo XX. El término se le atribuye al filósofo C. Morris (1938) quien lo utilizó para designar a «la ciencia de los signos en relación con sus intérpretes» (Morris, 1938 citado por Escandell, 2013: 9).

El punto de partida se da en una reflexión filosófica de varios autores, como Austin y Searle, en la que se comienza a formular la idea de que hablar es sinónimo de hacer. El enfoque del lenguaje como acción se convierte en una disciplina empírica de la que surgen varias teorías que dan explicación al uso de la lengua en función de la relación que se establece entre enunciado, contexto e interlocutores (Verde, 2015).

Esta nueva reflexión pone el foco en el contexto, que toma un papel fundamental en el proceso de comunicación, ya que gracias a él podemos activar inferencias que nos conducen a la intención del emisor y, con ello, podemos comprender correctamente los enunciados. Aunque es un concepto muy amplio, se puede definir el contexto como «las circunstancias de la realidad en las que se desarrolla un enunciado» (Frías, 2001: 5). Por su amplitud, Frías distingue diferentes tipos de contexto, dependiendo de los interlocutores: el *contexto social* (perteneciente a un grupo social, solo se comprende por los miembros de este); *contexto situacional* (referido al aquí y al ahora que rodea a los interlocutores); *contexto lingüístico* (material que precede o sigue a un enunciado) (Frías, 2001:6).

El contexto tiene un papel determinante en las interacciones comunicativas. Desde la filosofía del lenguaje se desarrolla la teoría de los *actos de habla* (Austin, 1962), basada en la idea de que «el lenguaje no solo sirve para describir el mundo, sino que con él también se realizan ciertas acciones, además de la de decir algo» (Xin, 2016: 5). De esta forma J. Austin afirma que, cada vez que hacemos uso del lenguaje, comunicamos a través de actos de habla, cuya emisión activa simultáneamente tres dimensiones: *el acto locutivo* (expresar físicamente un enunciado); *el acto ilocutivo* (la función comunicativa que queremos expresar); *el acto perlocutivo* (el efecto que provoca dicha emisión) (Austin, 1962).

Este modelo define la comunicación como la emisión de enunciados con el fin de cumplir unas funciones y producir un efecto deseado en el oyente. La emisión de estos enunciados está condicionada, a su vez, por el contexto en el que se enmarca. Más tarde, J. Searle (1969), discípulo de Austin, profundiza en esta hipótesis y expone cinco categorías básicas de los actos, diferenciadas según la fuerza ilocutiva: *actos asertivos* (la representación de la realidad); *actos directivos* (pretenden influir en el interlocutor); *actos compromisivos* (buscan condicionar la conducta del interlocutor); *actos expresivos* (manifiestan los sentimientos o actitudes del emisor); por último, los *actos declarativos* (tienen la capacidad de modificar la realidad) (Escandell, 2014).

Además, establece que los actos de habla pueden clasificarse en *directos*, cuando el significado de las palabras coincide directamente con lo que se desea comunicar; e *indirectos*, cuando las palabras necesitan de un contexto para poder ser comprendidas de la forma adecuada. Identificar la forma lingüística en relación con la fuerza ilocutiva no siempre es una tarea fácil, por ello, el hablante debe apoyarse en la información brindada por el contexto.

Dentro de todo acto comunicativo se espera, además, un acuerdo tácito entre los interlocutores. Este acuerdo fue definido por P. Grice (1975, citado por Escandell, 2013) como el *Principio de Cooperación*. En él se desarrolla la concepción de que en todo intercambio comunicativo los hablantes adopten un determinado comportamiento de colaboración. Asienta para ello una serie de máximas en las que se espera que el interlocutor exprese la información justa, ni mayor ni menor cantidad (*máxima de cantidad*); establece que toda la

información ha de ser verdad (*máxima de calidad*); ha de ser relevante (*máxima de veracidad*), y debe expresarse con claridad, evitando las ambigüedades (*máxima de relación*).

Pese a la enunciación imperativa que establece Grice en las máximas, Reyes (1995: 41) señala que lo importante para esta teoría «no es tanto el cumplimiento de estos supuestos mandatos como el hecho, mucho más interesante, de que los interlocutores actúan como si descontaran su cumplimiento», de este modo obtenemos las implicaturas, sin las que quizá no habría conversación.

Esta autora define las implicaturas conversacionales como «supuestos que se originan en que el hablante diga lo que dice en determinado contexto compartido por los interlocutores, y en la presunción de que está observando el principio de cooperación» (Reyes, 1995: 41). Dicho de otra manera, si una de estas máximas se rompe, el interlocutor inferirá una información no explícita. Se activan en este momento cuestiones como la ironía, que viola el proceso explícito de la máxima de calidad con el objetivo de lograr unos efectos expresivos concretos.

Sperber y Wilson (1993) toman como punto de partida la máxima de relación de Grice y elaboran, desde un modelo cognitivo, la *Teoría de la Relevancia*. Estos autores afirman que todo *input* que el oyente recibe de un hablante es considerado relevante, por ello realiza un gasto cognitivo para procesar la información.

Esta teoría otorga a la implicación contextual el papel más importante dentro de los mecanismos cognitivos, ya que permite a un individuo ampliar, corregir y mejorar su conocimiento del mundo. Esa ampliación del entorno cognitivo del individuo desencadenado por el procesamiento de un enunciado es un *efecto cognitivo positivo*.

Bajo estos principios se desarrolla un nuevo modelo de comunicación ostensivo-inferencial. El elemento de la ostensión consiste en la manifestación de la intención por parte del emisor. Este presenta a su vez un principio comunicativo de relevancia: «Todo estímulo ostensivo conlleva una presuposición de su relevancia óptima propia» (Sperber y Wilson, 2004: 246). El segundo elemento, el inferencial, se refiere al proceso de recuperación del enunciado por parte del receptor.

El objetivo de estos planteamientos es «exponer el mecanismo deductivo explícito para describir así los procesos y estrategias que conducen desde el significado literal hasta la interpretación pragmática» (Aguilar, 2012: 64).

Este planteamiento, sin embargo, no es suficiente para explicar todos los procesos comunicativos, ya dentro de la comunicación se busca el éxito comunicativo, pero también social. El hablante, además de tener un fin discursivo, entender y ser entendido por su interlocutor, también tiene un fin social, el de cuidar su imagen y adecuarse a los factores situacionales.

La relación entre los interlocutores está supeditada a la interacción de una compleja serie de valores como la edad, el género, el grado de conocimiento previo, la posición social, la autoridad, la jerarquía, etc. Acorde con estos valores, la sociedad pauta una serie de normas que marcan nuestro comportamiento respecto al resto de interlocutores, prohibiendo algunas conductas y favoreciendo otras. Esto es, en términos generales, la definición clásica de *cortesía* (Escandell, 2013).

A menudo se crean conflictos entre la cortesía y el principio de relevancia, ya que ambos persiguen objetivos diferentes. Por ello, se ha reformulado la definición de cortesía y, entendida desde la Pragmática, se define como el conjunto de estrategias conversacionales destinadas a evitar o mitigar los posibles conflictos entre los interlocutores (AA. VV., 2008).

Una de las principales teorías de cortesía viene descrita por Brown y Levinson (1987). Estos autores basan la cortesía en la noción de *face*, también llamada *imagen pública*. En ella se explica que cada individuo tiene y reclama una imagen pública que desea conservar, por ello, no se debe dañar ni amenazar la imagen de los demás. Esta imagen pública se desglosa en dos: *la imagen negativa*, el deseo de que las acciones del emisor no se vean obstaculizadas por otras personas; e *imagen positiva*, el deseo de ser aceptado y apreciado por los demás.

Podemos concluir de estas teorías la importancia de seleccionar estrategias que nos permitan expresar un enunciado de manera coherente y adecuada al contexto y las normas de cortesía pertinentes. Es fundamental, asimismo, la colaboración entre los interlocutores para que la comunicación sea eficaz y el

uso de estrategias comunicativas, ya que estas nos permiten extraer la información necesaria para poder interpretar adecuadamente el sentido completo de un enunciado.

Una correcta competencia comunicativa del individuo residirá, por tanto, en ser capaces de construir enunciados que tengan el éxito comunicativo (ser entendido) y que estos enunciados se adapten al contexto social en el que se dan, seleccionando las estrategias pragmáticas adecuadas.

2.2.2 La competencia pragmática

Todas las bases teóricas de la pragmática previamente expuestas conducen a la definición de la *competencia pragmática* como uno de los subcomponentes fundamentales de la competencia comunicativa. El primero en diferenciarla bajo este nombre es Bachman (1990), quien la integra en su modelo. Se refiere a ella para hablar de la relación que se establece entre los signos y los referentes, así como la relación entre los usuarios de la lengua y el contexto de comunicación. En los últimos años el estudio de la Pragmática y de la competencia pragmática ha ido creciendo e implementándose en el aula. Esto ha provocado una revolución tanto en los estudios lingüísticos como en la forma de enseñar y aprender una lengua. Aunque estas teorías vieron antes la luz en la enseñanza de las segundas lenguas, hoy en día vemos su importancia también en la enseñanza de la lengua materna.

Con ello, el *MCER* (Consejo de Europa, 2001: 14) define la competencia pragmática como la competencia relacionada «con el uso funcional de los recursos lingüísticos (producción de funciones de lengua, de actos de habla) sobre la base de guiones o escenarios de intercambios comunicativos». Sintetiza que, un usuario que posee un buen dominio de las competencias pragmáticas, domina varias competencias comunicativas al tiempo, como organizar, estructurar y ordenar el discurso (competencia discursiva); es capaz de aplicar de forma correcta las funciones comunicativas (competencia funcional) y está capacitado para secuenciar la interacción y transacción lingüística de manera óptima (competencia organizativa).

La competencia pragmática se subdivide a su vez en dos componentes de conocimiento pragmático: el *pragmalingüístico* y el *sociopragmático*. Según

Leech (1983), el conocimiento *pragmalingüístico* «se refiere los recursos lingüísticos empleados para realizar acción comunicativa (significado pragmático) como las estrategias directas e indirectas convencionales para realizar actos de habla y los recursos para suavizar o intensificar los actos». En cambio, el conocimiento *sociopragmático* «alude a las percepciones sociales de los participantes sobre lo que consideran comportamiento apropiado o no apropiado en situaciones concretas» (Félix-Brasdefer, 2019: 45).

Por otro lado, Roever (2001, citado por Verde, 2015), atendiendo a todos los conocimientos estudiados por la Pragmática, divide esta competencia en tres grandes bloques con sus respectivas subcompetencias:

- a) Procesamiento: de información contextual relevante, estrategias de recuperación, acceso a formas, integración de formas;
- b) Contenidos: actos de habla, implicaturas, rutinas situacionales, gestión de la conversación;
- c) Conocimiento: de sociopragmática de L2 (convenciones sociales), pragmalingüística de L2 (convenciones formales).

El tipo de conocimientos relativos a esta competencia no se formulan en reglas descriptivas, sino que se relacionan con un conjunto de principios que guían los intercambios para lograr el éxito comunicativo.

2.3 LA COMUNICACIÓN ORAL

La comunicación oral es la competencia comunicativa más utilizada por los seres humanos y el eje de nuestra vida social. Así lo refleja Cassany al reflexionar sobre la lengua, en general: «La lengua es comunicación y especialmente la lengua oral que es el eje de la vida social. No se conoce ninguna sociedad que haya creado un sistema de comunicación prescindiendo del lenguaje oral» (Cassany, Luna y Sanz, 2002: 33).

De modo más detallado, Parra (2012:44) define la expresión oral:

como un proceso natural consustancial al ser humano que se adquiere a partir de la interacción social, teniendo en cuenta la anterior afirmación se puede definir la expresión oral como la habilidad que es adquirida desde niños y permite tener una comunicación efectiva con las personas. Al hablar se expresa oralmente los mensajes en el que se escogen las palabras y se codifican en un enunciado, por lo regular este enunciado en la expresión oral va acompañado de los gestos, matices tonales y otros aspectos apoyados en el contexto de la

situación del acto de hablar, dentro de la microhabilidades de la expresión oral se pueden considerar el planificar el discurso, conducir el tema, y la interacción, facilitar la producción, compensar la producción, corregir la producción, controlar la voz, usar códigos no verbales, controlar la mirada.

La comunicación oral es, por tanto, la forma natural de comunicarnos y relacionarnos como seres humanos, su formato básico es la conversación. Por ello, sus características se basan más en lo descrito por la pragmática que en lo contemplado en diccionarios y gramáticas, ya que en la comunicación oral «los significados han de *negociarse*, la comunicación es *interactiva* y *bidireccional*, fuertemente *contextualizada*, y la *situación comunicativa* es determinante» (Cantero, 1998: 1).

García Única (2016:28) señala las principales características diferenciales de la lengua oral, frente a la lengua escrita:

- a) Predominio del *canal auditivo*.
- b) Los signos se perciben *continuamente*, unos detrás de otros.
- c) La comunicación es, por lo general, *espontánea*, lo que conlleva a un menor grado de elaboración y mayor naturalidad. Cabe mencionar la existencia de los géneros orales planificados, como los debates o entrevistas.
- d) Comunicación *inmediata* en tiempo y espacio. Aunque con las nuevas tecnologías esta concepción ha variado, ya que puede darse una comunicación a tiempo real, pero en espacios diferentes, como de las videollamadas.
- e) Comunicación *efímera*, dura el tiempo de emisión.
- f) Utiliza *códigos no verbales*. La comunicación oral se compone de tres grandes bloques: el código lingüístico, los códigos no verbales y los códigos paralingüísticos (nivel fonético y discursivo). Se calcula que aproximadamente el 35% de la comunicación se realiza a través del componente verbal y el 65% restante tiene lugar a través del componente no verbal, por tanto, es la que transmite más cantidad de información.
- g) Hay *retroalimentación*, la comunicación es bidireccional, tanto emisor como receptor pueden observar mutuamente sus reacciones y reconducir el discurso en función de ellas en la lengua oral.
- h) Importancia del *contexto* extralingüístico.

2.3.1 La expresión y comprensión oral y sus componentes

La comunicación oral se puede dividir en dos grandes bloques: la *expresión oral*, es decir, la capacidad de comunicarnos haciendo uso de la lengua oral; y la *comprensión oral*, la capacidad de identificar y comprender un mensaje. Ambos son fundamentales para alcanzar una comunicación eficaz e integran en su proceso una serie de microdestrezas o microhabilidades, tales como saber aportar información y opiniones, mostrar acuerdo o desacuerdo, resolver fallos conversacionales o saber cuándo se permite hablar y cuando no (AA. VV., 2008).

La expresión oral es la destreza lingüística relacionada con la producción del discurso oral. El *Diccionario de Términos Clave de ELE* la define como «la capacidad comunicativa que abarca no solo un dominio de la pronunciación, del léxico y la gramática de la lengua meta, sino también unos conocimientos socioculturales y pragmáticos» (AA.VV., 2008).

A las cuatro destrezas tradicionales, comprensión y expresión oral y escrita, el *MCER* añadió la *mediación*, ya que el uso de la lengua implica a menudo varias actividades. Así, la mediación combina la comprensión, la expresión y la interacción y pone énfasis en dos nociones clave de «coconstrucción de conocimiento en la interacción y en el movimiento constante entre el nivel individual y el nivel social en el aprendizaje de la lengua» (Consejo de Europa, 2018: 45). Esto apunta a la importancia de la pragmática en la comunicación oral.

Dentro de la expresión oral se distinguen las siguientes microhabilidades (Cassany, Luna y Sanz, 2002: 148).

Planificar el discurso	- Analizar la situación y usar soportes escritos para preparar la intervención. - Anticipar y preparar el tema y la interacción.
Conducir el discurso	Conducir el tema: - Buscar temas adecuados a cada situación. - Iniciar o proponer un tema. - Desarrollar un tema. - Dar por terminada una conversación. - Conducir la conversación hacia un tema nuevo.

	- Desviar o eludir un tema de conversación. - Relacionar un tema nuevo con uno viejo. - Saber abrir y cerrar un discurso oral. Conducir la interacción: - Escoger el momento adecuado para intervenir. - Utilizar eficazmente el turno de palabra. - Reconocer cuando el interlocutor pide la palabra. - Ceder el turno de palabra a un interlocutor en el momento adecuado.
Negociar el significado	- Adaptar el grado de especificación del texto. - Evaluar la comprensión del interlocutor. - Usar circunloquios para suplir vacíos léxicos.
Producir el texto	Facilitar la producción: - Simplificar la estructura de la frase. - Eludir todas las palabras irrelevantes. - Usar expresiones y fórmulas de las rutinas. - Usar muletillas, pausas y repeticiones. Compensar la producción: - Autocorregirse. - Precisar y pulir el significado de lo que se quiere decir. - Repetir y resumir las ideas importantes. - Reformular lo que se ha dicho. Corregir la producción: - Articular con claridad los sonidos del discurso - Aplicar las reglas gramaticales de la lengua (normativa)
Aspectos no verbales	- Controlar la voz: impostación, volumen, matices, tono. - Usar códigos no verbales adecuados: gestos y movimientos. - Controlar la mirada: dirigida a los interlocutores.

Tabla 1: Microhabilidades de la expresión oral. Cassany, Luna y Sanz (2002: 148)

Por otro lado, la expresión oral no tiene sentido sin la comprensión, el procesamiento y la interpretación de lo escuchado. La comunicación oral implica interacción y bidireccionalidad, en un contexto compartido, y en una situación en la que se deben negociar los significados (Baralo, 2000).

Las microhabilidades de la comprensión oral abarcan los siguientes puntos (Cassany, Luna y Sanz, 2002: 107):

Reconocer	- Fragmentar el discurso oral que se escucha en las distintas unidades que la componen: sonidos, palabras, artículo, verbo, etc. - Identificar fonemas, morfemas y palabras de la lengua.
Seleccionar	- Distinguir las palabras relevantes de un discurso. - Agrupar los diversos elementos en unidades superiores y significativas.
Interpretar	Comprender el contenido del discurso: - Comprender la intención y el propósito comunicativo. - Comprender el significado global, el mensaje. - Comprender las ideas principales, los detalles e ideas secundarias. - Identificar el mensaje. - Discriminar las informaciones relevantes. - Entender las presuposiciones, los sobreentendidos, lo que no se dice explícitamente. Comprender la forma del discurso: - Comprender la estructura o la organización del discurso. - Identificar las palabras que marcan la estructura del texto, cambian de tema, abren un nuevo tema y lo concluyen. - Identificar la variante dialectal y el registro. - Captar el tono del discurso. - Notar las características acústicas del discurso: la voz y el discurso.
Anticipar	- Saber activar toda la información que tenemos sobre una persona o tema para preparar la comprensión de un discurso. - Saber prever el tema, el lenguaje y el estilo del discurso. - Saber anticipar lo que se va a decir a partir de lo que ya se ha dicho.
Inferir	- Inferir datos del emisor - Extraer información del contexto comunicativo

	- Saber interpretar los códigos no verbales
Retener	- Recordar palabras, frases, ideas y aspectos del discurso. - Utilizar diversos tipos de memoria (visual, auditiva, olfativa, etc.) para retener información.

Tabla 2: microhabilidades de la comprensión oral. Cassany, Luna y Sanz (2002: 107)

La interpretación del discurso oral comprende, por tanto, además del componente lingüístico, factores cognitivos, perceptivos, de actitud y sociológicos que nos llevan a la descodificación, interpretación y valoración personal del mensaje.

2.3.2 Comunicación no verbal

Como se ha comentado, una de las características que diferencian la comunicación oral de la escrita es el uso y la importancia de la comunicación no verbal.

Como hablantes emitimos constantemente signos no verbales cargados de información que condicionan directamente la interpretación de los mensajes. Estos signos conforman la comunicación no verbal, descrita por Poyatos (2017:14) como:

Las emisiones de signos, activos o pasivos, constituyan o no un comportamiento, a través de los sistemas no léxicos somáticos, objetuales y ambientales contenidos en una cultura, individualmente o en mutua coestructuración.

Se trata de un campo muy amplio, ya que se incluyen, por un lado, los hábitos y costumbres culturales y, por otro, los sistemas de comunicación no verbal individuales. Poyatos (1994:128) afirma que los elementos no verbales como pueden ser las risas, los gestos o la mirada acompañan e incluso pueden llegar a sustituir la comunicación verbal en multitud de ocasiones. Un ejemplo sencillo y cotidiano es cuando negamos con la cabeza hacia los lados en vez de decir «no».

Dentro de la comunicación oral se diferencian tres grandes subgrupos:

- a) *Kinesia*: Se dedica a estudiar el significado de los movimientos humanos. Son factores asociados al comportamiento como la expresión facial, la mirada, la postura, los gestos y la proximidad con el interlocutor.

- b) *Proxémica*: Al igual que la kinesia está ligada al comportamiento, analiza la distancia interpersonal o espacio entre los interlocutores. Influyen en él factores culturales y racionales, de personalidad, edad, situación y grado de intimidad.
- c) *Paralingüística*: Estudia los aspectos no semánticos del lenguaje, ligados al lenguaje verbal como, por ejemplo, el tono, ritmo, volumen, silencios y timbre.

La comunicación no verbal cumple, a su vez, una serie de funciones, entre las que destacan: enfatizar el lenguaje verbal; expresar sentimientos y emociones; sustituir palabras; orientar la interpretación del mensaje y regular la comunicación.

El uso, comprensión e interpretación de los signos no verbales no siempre es intencionado, sino que gran parte de lo comunicado se realiza de forma inconsciente, como explica Cestero (2016: 8).

es posible y frecuente que utilicemos de forma inconsciente signos no verbales que realicen actos de comunicación imperceptibles para el emisor, pero no para el receptor, que les dará más crédito por tratarse, precisamente, de actos involuntarios (como es el caso de las aspiraciones al tomar la palabra, de las pausas de distribución de turno, de la reorganización postural al ceder la palabra, del tocarse la nariz o lo oreja cuando se está nervioso o el grado de certeza sobre lo que se dice es bajo, etc.).

Por tanto, el buen uso de la comunicación no verbal es fundamental para una correcta expresión, comprensión e interpretación del mensaje y la intención del emisor. Esto se puede comprobar, por ejemplo, con determinados fenómenos pragmáticos como la ironía, ya que en su producción, reconocimiento e interpretación están implicados signos no verbales. De igual manera sucede con el empleo de elementos paralingüísticos como recurso de atenuación, como puede ser una risa final o un tono o volumen determinados (Cestero, 2014: 136).

2.3.3 Estrategias de cortesía

Cada acto comunicativo se desarrolla dentro de un contexto y siguiendo una serie de normas o estrategias tácitas que garantizan que la comunicación sea eficaz. Estas estrategias ayudan, además, a desarrollar comportamientos adecuados y facilitan el proceso de sociabilización.

Dentro del bloque de comunicación oral existe una serie de reglas que se deben trasladar al aula. Aunque no se pueden tratar los aspectos de forma desligada del resto, en este trabajo nos centraremos en la valoración del otro, los turnos de palabra y la atenuación de mensajes. A continuación, se establece una breve descripción teórica de cada uno de ellos.

2.3.3.1 Valoración del otro

Existe una serie de estrategias que, a través de una carga de cortesía más alta, aportan beneficios y satisfacen los deseos de imagen del interlocutor. Estos son los denominados *actos corteses valorizadores*.

Frente a la teoría de Brown y Levinson y su término de *face* (*Face Threatening Acts, FTA*), es decir, actos que amenazan la imagen; Kerbrat-Orecchioni (2004) introduce la noción de *Face Flattering Acts* (FFA, *actos «agradadores» de la imagen*) para hacer referencia a los actos directamente ligados con la cortesía positiva: halagos, alabanzas, etc.

Esta autora considera que cualquier acto de habla puede ser descrito como un acto amenazante, uno «agradador» o una mezcla de ambos y, así, la cortesía negativa consistiría en evitar o atenuar un acto amenazante y, la positiva, en llevar a cabo un acto «agradador», preferentemente reforzado (Garrido, 2006: 60).

Escalante (2017: 275) diferencia tres tipos de estrategias de cortesía y asocia a cada una de ellas un tipo de comportamiento:

Estrategias positivas	Prestar atención al receptor (a sus intereses, deseos, necesidades y bienes) y acrecentar su interés. Exagerar el interés, la aprobación, o la simpatía hacia el receptor. Utilizar marcadores de identidad gregaria. Buscar el acuerdo, evitar el desacuerdo, presuponer y defender una perspectiva común. Manifestar el conocimiento y la preocupación del emisor por los deseos del receptor.
-----------------------	---

	Hacer ofertas, promesas, concesiones al receptor (bienes, simpatía comprensión, cooperación) Ser optimista, bromear. Incluir ambos, al emisor y al receptor en la actividad. Asumir o asegurar la reciprocidad. Dar o pedir razones.
Estrategias negativas	Minimizar el rango de la imposición. Mostrar deferencia. Pedir disculpas. Impersonalizar. Catalogar el acto como una regla de carácter general. Nominalizar la expresión del acto. Mostrar abiertamente que se contrae una deuda de agradecimiento con el receptor.
Estrategias encubiertas	Hacer insinuaciones. Dar pistas por asociación. Presuponer, sobreestimar, exagerar. Ser comedido, irónico, incompleto, Utilizar tautologías, contradicciones, metáforas, preguntas retóricas, la vaguedad, elipsis. Mostrar ambigüedad. Generalizar. Reemplazar al receptor.

Tabla 3: Estrategias de cortesía. Escalante (2017: 275)

2.3.3.2 La atenuación

Desde una perspectiva general, Briz y Albelda (2013: 292) definen la atenuación de la siguiente manera:

La atenuación es una actividad argumentativa (retórica) estratégica de minimización de la fuerza ilocutiva y del papel de los participantes en la enunciación para lograr llegar con éxito a la meta prevista, y que es utilizada en contextos situacionales de menos inmediatez o que requieren o se desea presenten menos inmediatez comunicativa. Así, unas veces, habrá atenuación de hablante y, por tanto, la estrategia tendrá un carácter más monológico; otras, atenuación de hablante y oyente y, por tanto, tendrá un carácter más dialógico y a menudo cortés.

En síntesis, la atenuación es una categoría pragmática en tanto mecanismo estratégico y táctico en la que el hablante debilita o degrada el contenido proposicional de su enunciado. Este recurso estratégico persigue la aceptación del oyente, permite que los actos de habla no sean vividos como una amenaza, sino como actos de aproximación. Cada cultura ha desarrollado sus propios mecanismos de atenuación que, además, varían según sus hablantes y el contexto comunicativo. En la conversación coloquial española, los recursos de atenuación «tienen que ver con la eficacia y eficiencia pragmáticas, en ocasiones con la imagen general y en menor medida con la imagen de cortesía» (Briz, 2002: 17). Briz (2012, citado por Rodríguez y Níkleva, 2018: 95) identifica un amplio número de procedimientos de atenuación ligados a la comunicación oral:

Estrategia	Recurso
Ocultación del yo, tú o de terceros (indeterminación, impersonalización, despersonalización o desagenivación)	a. Formas gramaticales impersonales. b. Expresiones generalizadoras (<i>todo el mundo</i>). c. Construcciones que esconden el agente de la acción (pasivas sin agente explícito; y pasivas reflejas). d. Construcciones nominales con adjetivo relacional que se alejan eufemísticamente de un término indirecto.
Recursos relativizantes	a. Verbos que expresan valores modales epistémicos (<i>no saber, parecer, pensar o creer</i>). b. Marcadores del discurso (en mi opinión, oye, ¿eh?). c. Uso tiempos verbales y construcciones hipotéticas (condicional, imperfecto de indicativo o subjuntivo). d. Estructuras causales explicativas o justificativas, temporales, condicionales, concesivas e. Construcciones indirectas, incluidas las construcciones suspendidas o truncadas que eluden o eliden la conclusión. f. Movimientos de reformulación g. Uso del diminutivo, cuantificadores y partículas que se incluyen entre los aproximadores o difusores del significado. h. Proformas deícticas con significado vago o impreciso.

	i. Eufemismos, fenómenos de lítote: No está bien en lugar de Está mal.
--	--

Tabla 4: Procedimientos de atenuación. Briz (2012, citado por Rodríguez y Nikleva, 2018: 95)

2.3.3.3 Gestión de turnos

El turno de habla es la unidad básica de la conversación, puesto que esta se basa en la sucesión de intervenciones a cargo de los interlocutores. Estas intervenciones no son contribuciones independientes, producidas en un momento y orden concreto, sino que surgen de forma imprevisible y se negocian instantáneamente a medida que transcurre la conversación.

Briz señala que un cambio de voz o intervención no implica necesariamente un cambio de turno, ya que «habrá un nuevo turno y, por tanto, alternancia de turno cuando la intervención reactiva de otro hablante B sea solicitada o, simplemente, reconocida y aceptada como tal por A» (Briz, 2002: 229). Como resultado, la intervención se basa en estrategias de negociación e intercambio, para considerarse cambio de turno, la intervención debe ser reconocida, aceptada y ratificada por los demás participantes.

Calsamiglia y Tusón (1999:33) señalan dos mecanismos que rigen los turnos: La *heteroselección* (quien está usando la palabra selecciona al siguiente hablante) y la *autoselección* (una de las personas presentes empieza a hablar sin que quien tiene la palabra la haya seleccionado).

Acorde con el principio de cooperación, los participantes deben marcar el carácter del turno que poseen y su final, así como respetar las señales que el interlocutor les ofrece. El mal funcionamiento del mecanismo para tomar la palabra puede provocar pausas excesivamente largas, una interrupción o un solapamiento.

Existen diferencias conversacionales relacionadas con el número de integrantes en la conversación. En conversaciones con dos participantes el número de intervenciones es mayor, mientras que cuando son tres o más personas las intervenciones pasan de dialogadas a monologales y el papel de los participantes no es tan activo. (Calsamiglia y Tusón, 1999: 33).

Calsamiglia y Tusón (1999: 64) crean un modelo que analiza cómo se organiza la interacción, teniendo en cuenta el espacio interactivo ocupado, la manera de

tomar la palabra y de ceder el turno y la forma en que los diferentes participantes asumen papeles comunicativos. Los elementos que conforman este modelo son:

- a) *Capital verbal*: número de tomas de palabra y de palabras y tiempo ocupado.
- b) *Origen* de las tomas de palabra: autoselección, heteroselección.
- c) *Modos de transición*: pausa, solapamiento e interrupción.
- d) *Papeles comunicativos*: aserción, pregunta, validación, demanda de validación, respuesta y gestión de los turnos de palabra y temas.

2.4 LA ADOLESCENCIA

El estudiante de Educación Secundaria es un tipo de estudiante con unas particularidades específicas. La primera es la etapa adolescente en la que se encuentran, que comprende, aproximadamente, de los doce a los dieciocho años. En esta etapa sufren muchos cambios a nivel físico, neurológico, personal y emocional. Desarrollan una hipersensibilidad al mundo que les rodea y un cierto grado de egocentrismo. Todos estos cambios se observan en actuaciones como la sobreactuación ante conflictos, el miedo al ridículo, la importancia de la imagen corporal y el qué dirán o el querer encajar en una determinada sociedad. Gil Carvalho (2013:30) describe algunas de las dimensiones más comunes en esta edad y la asocia con una serie de características:

- a) *Agresividad*: relacionada con el comportamiento con un sentimiento de deseo de poder y dominio social, descontrol de los impulsos y tendencia a la hostilidad.
- b) *Introversión*: debida a la reducida emocionalidad positiva, ausencia de energía y aislamiento social.
- c) *Psicoticismo*: comportamientos de naturaleza psicótica, ansiedad y obsesiones, fenómenos sensoriales y perceptivos poco usuales y cuestionamiento de las relaciones sociales.
- d) *Desinhibición*: tendencia a situaciones de riesgo, impulsividad, ausencia de planes de acción, comportamientos de externalización o consumo de drogas.

- e) *Neuroticismo*: disposición afectiva para experimentar emociones negativas, como ansiedad, nerviosismo, preocupación y culpa, que lleva al sufrimiento interno.

Estos factores condicionan tanto su conducta como su forma de expresarse y relacionarse con otras personas. Es necesario tener estos factores para conocer y comprender a los estudiantes a los que nos dirigimos y a la hora de crear intervenciones didácticas, sobre todo aquellas que les exponen más, como las relacionadas con la comunicación oral.

2.4.1 El lenguaje adolescente

El lenguaje juvenil se caracteriza especialmente por su léxico, a través del cual «los jóvenes marcan su posición ante la cultura oficial mediante un argot propio que identifica a sus componentes y cohesiona socialmente, además de definir y particularizar a sus miembros como parte integrante de un grupo» (García Saiz, 2018: 112).

El lenguaje juvenil no tiene una larga trayectoria en la investigación y su estudio se ha tratado desde diferentes enfoques. Zimmermann (2002) propone un estudio del lenguaje de los jóvenes desde un enfoque no variacionista. Es decir, no desde el contraste con el habla culta, sino desde el acto comunicativo entre los interlocutores de estas edades, ya que su caracterización se basa en la variedad diastrática – edad – y la variedad diafásica – contexto o situación –.

Los rasgos que distinguen las particularidades del lenguaje juvenil se producen en la interacción social, por lo que están relacionados con la oralidad. A continuación, se explican algunos de los rasgos más destacados descritos por Zimmermann (2002), Camacho (2011), García Saiz (2018) y Martí-Sánchez (2021).

El rasgo que más identifica el lenguaje juvenil es, como ya ha sido anticipado, el uso del léxico. En términos generales, el lenguaje adolescente destaca por un lenguaje novedoso, lúdico, original, que expresa la creatividad y capacidad verbal de los jóvenes; por ejemplo, juegos de palabras, expresiones humorísticas y de doble sentido o las creaciones morfológicas entre las que destaca la sufijación. Algunas palabras que se integran en el vocabulario adolescente son:

llorería, *ya ves truz* (por ya ves tú), *abrirse* (irse de un lugar), *nextazo* (descartar algo).

Otro de los elementos más característico es la inserción de elementos disfémicos en estructuras de la lengua estándar a partir de un empleo diferente de los verbos que forman parte de ellas. De esta forma, apuestan por formas apartadas de la norma, especialmente las más estigmatizadas, como los vulgarismos y expresiones y palabras informales de connotación baja y de gran carga expresiva. La utilización de estos elementos, relacionado con el antinormativismo, les distancia de las normas y cultura de los adultos, y es parte de la estrategia de manifestarse como diferentes.

Asimismo, hay una tendencia al uso de préstamos de otras lenguas, sobre todo relacionado con el uso de redes sociales y videojuegos y una tendencia a la economía lingüística, en la que destaca el acortamiento léxico, debido a la actitud relajada de los interlocutores. Esto además se ve reforzado con las redes sociales, cuyo mensaje se limita a unos segundos o caracteres limitados, lo que obliga a hacer uso de abreviaturas y sintetizar el mensaje. Algunos ejemplos son *buenro* (buen rollo), *tranqui* (tranquilo o tranquila) o, el extendido *finde* (fin de semana).

En cuanto a los rasgos sintácticos, abundan los enunciados interjectivos, frases nominales y los enunciados suspendidos. También hay una predisposición a la coordinación de enunciados sin emplear conjunciones, por lo que es el receptor quien debe inferir la relación.

Para dotarse de expresividad, además, hacen uso de la transferencia o cambio semántico, cambios de código y cambios de registro. Ligado al ya comentado antinormativismo, otro de los rasgos es la frecuencia de la *descortesía aparente* o *anticortesía* en estas edades. Este fenómeno aparenta ser descortés, pero en realidad logra otros efectos. En este sentido, los apelativos insultantes o disfemísticos son muy comunes entre los jóvenes, pero, a pesar de que en la lengua estándar se clasificarían como actos descorteses, en situaciones contextuales específicas, refuerzan los lazos de camaradería y de pertenencia al grupo (Lancheros, 2020).

Por último, cabe destacar la gran importancia que tiene el receptor, al que por lo general se pretende impresionar, ganar su atención e interés. Así, el emisor intenta dominar la situación y reforzar su pertenencia en su grupo de iguales. Por ello abundan elementos con función expresiva, conativa y fática, que envuelven a los de función representativa, anulan prácticamente a la metalingüística y apenas comparten con rasgos de función poética.

En todas estas características se reflejan cuatro grandes rasgos de la adolescencia: la necesidad de construir una identidad, de ser aceptados, la pertenencia a un grupo de iguales y la reivindicación por medio de la ruptura con la norma.

2.4.2 Las redes sociales: *Instagram* y *TikTok*

Las redes sociales se han convertido en una parte importante de nuestra sociedad, sobre todo en ciertas edades, como la etapa adolescente. El *Diccionario de la Lengua Española* (2014) define el concepto de *red social* como la plataforma digital de comunicación global que permite la conectividad con otros. Estas plataformas responden a la necesidad de socialización, los intereses tecnológicos y personales de los adolescentes. Entre las aplicaciones telefónicas más utilizadas por jóvenes se encuentran *TikTok*, seguida de *Instagram*. (Castro, 2022)

Actualmente cualquier persona, gracias a los dispositivos móviles, puede compartir su creatividad con el resto del mundo de forma instantánea y libre. Los niños y jóvenes han dejado atrás el papel pasivo de meros receptores de historias y se han convertido en poco tiempo en autores de contenidos digitales. Nunca hubo tantas personas deseando contar sus historias, mostrar sus narraciones e invenciones llamarnos la atención (Cuenca, Capdevilla-Domínguez y Morales, 2019: 1191)

Con el impacto de las redes sociales el papel autor y receptor de contenido ha cambiado completamente. La comunicación entre ambos ha pasado de ser prácticamente inexistente a tener una relación cercana y un diálogo abierto entre ambos.

TikTok es una red social que permite realizar vídeos móviles cortos cuya duración ronda entre los 15 y 60 segundos, lo que lo diferencia de otras páginas de vídeos como YouTube, donde la duración no tiene límite. Desde su salida en 2016, esta aplicación no ha parado de crecer y, sobre todo a raíz de la pandemia, se ha convertido en un fenómeno a nivel mundial. Tal es la extensión que a finales de 2018 era la aplicación más descargada en Estados Unidos, por delante de *Facebook*, *Instagram*, *Youtube* y *Snapchat* (Cuenca, Caldevilla-Dromínguez y Morales, 2019: 1193).

Feng (2019) explica que las aplicaciones de vídeos cortos pueden ser descritas como un nuevo tipo de software social en el que se puede grabar, reproducir, editar y compartir fácilmente desde un teléfono. Los usuarios de esta red son principalmente jóvenes de entre 13, la edad mínima legal para registrarse, y 24 años. Estos usuarios pueden ser creadores de contenido o receptores pasivos.

Esta aplicación implementa una serie de características que más tarde se expandirán a otras aplicaciones como *Instagram*. Algunas de ellas son: permite, en la creación de vídeos, utilizar música, insertar textos, grabar la voz, utilizar las voces de otros vídeos para grabar uno nuevo con ese sonido, jugar con la velocidad de la composición, con los efectos de cámara y, como característica especial, ofrece la posibilidad de que los espectadores puedan crear vídeos en dúo, es decir, un doble vídeo realizado con otra persona.

Por su parte, *Instagram* es una aplicación destinada a la fotografía. Fue creada en 2010 y desde entonces se ha convertido en unas de las aplicaciones más descargadas. En sus inicios el objetivo de esta red social era realizar fotografía y compartirlas en la red. En 2020, con la expansión de *TikTok*, *Instagram* presentó los *Reels*, «una nueva forma de crear y descubrir videos cortos y divertidos en Instagram». Esta herramienta permite crear videos de entre 15 y 60 segundos con diferentes efectos de imagen y sonido (Instagram, 2020).

Actualmente *Instagram* está implementando una serie de cambios en su plataforma en la que cada vez se da más peso al formato vídeo y cuyas herramientas son cada vez más similares a *TikTok*, como anunciaba uno de sus CEO el pasado 3 de mayo (Mosseri, 2022).

En ambas redes sociales, la creación de contenido se lleva a cabo por los propios creadores que hacen de guionistas, directores, actores de doblaje, técnicos de sonido e imagen y promotores de sus propias obras.

Existe una constante retroalimentación entre la creación de contenido y la recepción por parte de los espectadores bien sea por medio de número de visualizaciones, «me gusta» o comentarios en la publicación. Los creadores buscarán, por tanto, desarrollar diferentes estrategias visuales y lingüísticas que provoquen en el receptor una reacción positiva. Entre las estrategias comunicativas usadas para llamar la atención del espectador destacan: la comunicación no verbal muy exagerada, entonación forzada, cambios sintácticos o léxico específico para llamar la atención.

Las buenas prácticas comunicativas permiten, por tanto, obtener un mayor alcance de los vídeos. Algunas de estas prácticas son las mismas que las de un buen comunicador, por lo que estos vídeos pueden servir de utilidad para desarrollar estrategias comunicativas de las que muchas veces carecen los estudiantes a la hora de hablar en público.

2.5 LA COMPETENCIA PRAGMÁTICA EN LA COMUNICACIÓN ORAL EN SECUNDARIA

2.5.1 La competencia oral en Secundaria

La adquisición de la competencia oral en los alumnos de Educación Secundaria queda recogida en el currículum tanto nacional como autonómico.

En el currículum actual regido por la Ley Orgánica 8/2013, de 9 de diciembre, establece en la Orden ECD/65/2015, de 21 de enero, una serie de competencias básicas y transversales a todas las materias. La primera competencia es la de *Comunicación Lingüística*, la cual se define como «el resultado de la acción comunicativa dentro de prácticas sociales determinadas, en las cuales el individuo actúa con otros interlocutores y a través de textos en múltiples modalidades, formatos y soportes» (Orden ECD/65/2015: 6991). Se pretende con esta competencia educar a los estudiantes para que sean capaces de identificar y desenvolverse en diferentes tipos de situaciones comunicativas.

Dentro de esta competencia se contemplan cinco componentes: componente lingüístico; componente pragmático-discursivo; componente sociocultural, componente estratégico y componente personal.

En cuanto al propio currículum de la materia de Lengua Castellana y Literatura, la LOMCE presenta como objetivo principal de la asignatura desarrollar la competencia comunicativa de los alumnos, atendiendo a la pragmática, la lingüística, la sociolingüística y la literatura. Se persigue con esto dar a los alumnos las herramientas necesarias para que sean capaces de desenvolverse de una manera satisfactoria en cualquier situación comunicativa.

Esta asignatura aparece dividida en cuatro grandes bloques: *Comunicación oral*: hablar y escuchar; *Comunicación escrita*: leer y escribir; *Conocimiento de la lengua y Educación Literaria*.

Dentro del primer bloque, el de comunicación oral, «se busca que los alumnos y alumnas vayan adquiriendo las habilidades necesarias para comunicar con precisión sus propias ideas, realizar discursos cada vez más elaborados de acuerdo con una situación comunicativa, y escuchar activamente interpretando de manera correcta las ideas de los demás» (Real Decreto 1105/2014: 258).

Asimismo, recoge una serie de recomendaciones metodológicas para este primer bloque, recogidas en el currículum de la Comunidad autónoma de Cantabria (Decreto 38/2015 de 22 de mayo: 451):

se otorga una especial relevancia a la expresión y comprensión oral en los distintos ámbitos de uso (personal, académico y social), así como a la producción de textos orales propios adecuados a situaciones formales, con el propósito de dotar a los alumnos de las estrategias imprescindibles para su futuro académico y profesional.

Por último, en cuanto a la pragmática, la LOMCE recoge alguna alusión a diversos aspectos pragmáticos, como la actitud del hablante, las inferencias, el contexto, los actos de habla y las normas de cortesía. Sin embargo, como señala Garrido (2016:9), las consideraciones a la manera en que estos conceptos deben ser tratados en el aula es bastante imprecisa y no reflejan una estructuración que muestre la evolución desde el primer ciclo de Secundaria hasta Bachillerato.

2.5.2 Bases teóricas para una intervención didáctica

El desarrollo de la lengua oral se puede expresar de dos formas: explícita e implícita. En el primer grupo se recogen prácticas destinadas a trabajar de forma manifiesta la comunicación oral, como pueden ser exposiciones orales. El segundo grupo, sin embargo, lo hace de forma indirecta, así Del Río y Gràcia (2000, citado por Mediavilla, 2007: 79) señalan que, si se parte de un enfoque comunicativo y, por tanto, funcional del lenguaje, «las funciones y habilidades comunicativas pueden ser las grandes organizadoras de la enseñanza de los aspectos comunicativos de la lengua oral, ya que definen aquello que se puede hacer con el lenguaje».

En esta línea, Hernández (2000:18) afirma que «el desarrollo de habilidades lingüísticas (...) es un proceso de construcción de estrategias comunicativas en la que el alumnado es un agente activo, y el docente un facilitador que organiza la planeación de las dinámicas y metodologías».

Con una metodología activa, donde el estudiante sea el centro de su propio aprendizaje y dinámicas de trabajo cooperativo, se fomenta el uso del lenguaje y el estudiante adquiere competencias comunicativas. Estas dinámicas fomentarán las conversaciones y estas «ofrecen oportunidades para utilizar la lengua, alternar los turnos de palabra, contrastan puntos de vista o incorporan ideas y vocabulario nuevos» (Cassany, 2021: 151).

Tanto la metodología como las actividades realizadas en el aula deben dirigirse a un aprendizaje de la comunicación oral, de tal forma que, con las diferentes dinámicas, el estudiante sea capaz de lograr una competencia comunicativa adecuada a su edad.

Por último, cabe destacar la importancia adolescencia en este proceso de enseñanza. Cassany (2021: 144) refleja la que es, quizás, la mayor problemática a la hora de trabajar la expresión oral en el aula:

No es fácil hacer hablar al alumnado, que quizá proceda de una cultura del silencio y clase magistral. La vergüenza, el miedo, el temor al ridículo o falta de experiencia provocan que muchos digan claramente: «no me gusta hablar en clase».

Para combatir esta problemática es necesario darle al estudiante información sobre lo que esperamos de él en el aula; fomentar y apoyar las intervenciones

en el aula y, sobre todo, crear un ambiente en el que todos se sientan cómodos y seguros para intervenir.

Por otro lado, con internet, el aula se ha vuelto híbrida, no solo son los 55 minutos del aula o el material del libro, sino que disponemos de un entorno virtual de aprendizaje (EVA). Cada alumno posee un entorno personal de aprendizaje con diferentes recursos (diarios, canales de vídeo y audio, webs, bases de datos, etc.) con los que se informa, se divierte y aprende. Además, hace uso de este mundo virtual para realizar trabajos cooperativos (Google Drive), hablar con sus compañeros por mensajería instantánea (grupos de WhatsApp), hacerse amigo de ellos en redes sociales, etc. Así, explica Cassany, que lo personal y lo escolar se mezcla en estos espacios (Cassany, 2021: 24).

Llevarles parte del mundo virtual al que están acostumbrados hará que los estudiantes vean contenido real y la función que tiene el contenido teórico del aula; podrán realizar un aprendizaje fuera del aula, ya que son vídeos a los que están acostumbrados a ver en su día a día; de forma transversal se les educa en valores y competencia TIC ya que serán capaces de comprender las herramientas conversacionales que se usan en los vídeos y el correcto manejo de las redes sociales.

3. PROPUESTA DIDÁCTICA

Tras la revisión teórica recogida en los puntos anteriores, se procede a presentar la propuesta didáctica diseñada.

3.1 INTRODUCCIÓN Y CONTEXTO

La siguiente propuesta está dirigida a estudiantes de cuarto curso de la Educación Secundaria y pretende trabajar la comunicación oral por medio de diferentes vídeos de las redes sociales *TikTok* e *Instagram*. El objetivo general de la propuesta es desarrollar la competencia comunicativa oral en los estudiantes, centrándonos especialmente en la comunicación no verbal, la atenuación y la gestión de turnos.

La propuesta se compone de doce sesiones, que girarán en torno a diferentes aspectos comunicativos. Además, se realizará un debate en la parte final de la

propuesta, en la que se espera que los estudiantes pongan en práctica alguna de las tácticas aprendidas durante las sesiones anteriores.

3.2 JUSTIFICACIÓN

Las exigencias y demandas por parte del mundo laboral, académico y social obligan al desarrollo de la competencia comunicativa en el aula, tanto a nivel escrito como oral. Durante el periodo de prácticas se ha observado una especial carencia de la comunicación oral por parte de los alumnos.

A pesar de que la oralidad está adquiriendo su espacio en el aula, es necesario hacer mayor hincapié en ella para poder formar a personas con una buena capacidad comunicativa.

Durante las prácticas, observé que la mayor parte de la competencia oral se trabajaba por medio de exposiciones orales y, en ellas, los estudiantes mostraban algunas carencias a la hora de expresarse, como:

- Ausencia de respeto con los turnos de palabra, sobre todo en los primeros niveles de Secundaria.
- Ausencia de estrategias comunicativas. Los estudiantes tienden a prepararse un guion, memorizarlo y exponerlo de forma automática.
- Tono de voz monótono, falta de entonación y dinamismo en las exposiciones.
- Ausencia de uso estratégico de los elementos de la comunicación no verbal.

A esto se le sumaba, por lo general, la falta de confianza y la timidez a la hora de afrontar las actividades de exposición oral. Esto se ha incrementado, además, a causa de la pandemia, donde los estudiantes han estado dos años sin exponerse de esta manera ante sus compañeros.

En contraposición, se ha observado que en círculos pequeños de amigos hacen mayor uso de la comunicación no verbal y la entonación, frente a la carencia mostrada en las exposiciones orales. Dentro de este contexto la descortesía es mucho mayor que dentro del aula. En ambos casos, tanto dentro como fuera de aula, muestran una falta de organización del discurso y carencias a la hora de saber comunicarse.

Tras lo observado y la importancia del currículo ante la competencia lingüística, se ha diseñado a continuación una serie de actividades con el objetivo de trabajar la destreza oral en el aula.

3.3 OBJETIVOS

El objetivo principal es el desarrollo y mejora de la competencia oral en los estudiantes de cuarto curso de Educación Secundaria. Dentro de los objetivos específicos se persigue:

- Desarrollar el aprendizaje autónomo de los estudiantes.
- Dotar a los estudiantes de estrategias comunicativas.
- Conocer y manejar herramientas TIC para trabajar la comunicación oral.
- Fomentar el uso responsable de las redes sociales.
- Motivar el gusto por la lectura.

3.4 METODOLOGÍA Y RECURSOS

Se pretende llevar a cabo la propuesta didáctica a través de un enfoque comunicativo, entendido como un conjunto de propuestas didácticas para el aprendizaje de la lengua, tanto lengua materna como extranjera. Esta forma de enseñar pretende «capacitar al aprendiente para una comunicación real -no sólo en la vertiente oral, sino también en la escrita- con otros hablantes» (AA.VV., 2008).

Este enfoque se centra en el discurso como unidad básica de comunicación humana, es decir, traslada la comunicación desde una perspectiva pragmática al aula y fomenta el desarrollo y adquisición de una competencia comunicativa.

La propuesta didáctica se desarrollará, además, en un entorno de aprendizaje cooperativo. Como subraya Cassany (2021:55) «según el AC (aula cooperativa), la mejor manera de aprender es trabajar en equipo, de manera social». Además, prioriza la reflexión y el control metacognitivo del aprendiz; trabaja tanto conocimientos como destrezas y fortalece la motivación y la autonomía de los sujetos (Cassany, 2021: 55). Se pretenderá que, en las actividades grupales, como el *role play* y la representación, se realicen con diferentes agrupaciones de alumnos. El objetivo es desarrollar la colaboración y cooperación entre toda la clase.

Durante las distintas sesiones se fomentará, a partir de materiales extraídos de la realidad de los adolescentes, la reflexión sobre el proceso comunicativo y las estrategias de la comunicación oral, así como el desarrollo de las mismas a partir de actividades, sobre todo, de representación.

En este proceso de enseñanza y aprendizaje el profesor será un guía de estudiantes, quienes serán los encargados de construir su aprendizaje. El objetivo es que los estudiantes aprendan por medio de las diferentes reflexiones y actividades un conocimiento práctico que pueda aplicar en su día a día.

Se entiende que no todos los estudiantes parten del mismo nivel de expresión, por tanto, el seguimiento de estas actividades y la evolución de los estudiantes debe ser personalizada, atendiendo a las capacidades y competencias de cada uno.

En cuanto a las actividades propuestas, conformarán un portafolio final que el estudiante deberá entregar al profesor. Dado el carácter de estas actividades, los estudiantes podrán entregarlo por medio de la plataforma *classroom*.

Entre las tareas finales figura la grabación de dos vídeos relacionados con el ámbito literario. Para ello deberán realizar una tarea escrita previa. De esta forma se pretenden integrar todos los bloques del currículo (bloque 1. Comunicación oral: escuchar y hablar; bloque 2. Comunicación escrita: leer y escribir; bloque 3. Conocimiento de la lengua y bloque 4. Educación literaria).

Los vídeos realizados serán para el uso de la clase, por lo que no deberán subirlos a ninguna de las redes sociales.

Para hacer frente a la brecha digital, el centro cederá a los estudiantes que lo necesiten dispositivos con los que poder realizar el trabajo. Se debe brindar educación digital y en TIC para todos los estudiantes, promoviendo la igualdad entre todos. Además, el profesor estará de apoyo en todo momento para guiar el correcto uso tecnológico de los dispositivos en el aula.

Por último, en cuanto a la evaluación, tendrá diferentes focos:

- Evaluación continua de las sesiones. Esta parte contará un 30% de la propuesta didáctica. Se valorará la participación activa en el aula por medio

de las reflexiones, la participación cooperativa y la implicación en las actividades.

- Evaluación final: Tendrá un peso del 70% de la nota de la propuesta didáctica. Tendrá dos bloques: presentación de un portafolio final con las actividades realizadas a lo largo de las sesiones y los cuadernos de guionista; por otro lado, la realización de los vídeos. Se valorará la implantación del contenido teórico visto en el aula, la originalidad y la evolución en el proceso. En el Anexo 2 se encuentra la rúbrica de evaluación.
- Autoevaluación: No tendrá peso en la nota final, servirá para la autoevaluación personal de los estudiantes y la valoración de la propuesta para el profesorado.

3.5 ELEMENTOS CURRICULARES

3.5.1 Objetivos

Según el Real Decreto 1105/2014, de 26 de diciembre, por el que se establece el currículo básico de Educación Secundaria, se establece que en esta etapa educativa se contribuirá a desarrollar en los estudiantes las capacidades que les permitan:

- a) Asumir responsablemente sus deberes, conocer y ejercer sus derechos en el respeto a los demás, practicar la tolerancia, la cooperación y la solidaridad entre las personas y grupos, ejercitarse en el diálogo afianzando los derechos humanos y la igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres, como valores comunes de una sociedad plural y prepararse para el ejercicio de la ciudadanía democrática.
- b) Desarrollar y consolidar hábitos de disciplina, estudio y trabajo individual y en equipo como condición necesaria para una realización eficaz de las tareas del aprendizaje y como medio de desarrollo personal.
- c) Desarrollar destrezas básicas en la utilización de las fuentes de información para, con sentido crítico, incorporar nuevos conocimientos. Adquirir una preparación básica en el campo de las tecnologías, especialmente las de la información y la comunicación.

- d) Desarrollar el espíritu emprendedor y la confianza en uno mismo, la participación, el sentido crítico, la iniciativa personal y la capacidad para aprender a aprender, planificar, tomar decisiones y asumir responsabilidades.
- e) Comprender y expresar con corrección, oralmente y por escrito, en la lengua castellana y, si la hubiere, en la lengua cooficial de la comunidad autónoma, textos y mensajes complejos, e iniciarse en el conocimiento, la lectura y el estudio de la literatura.

3.5.2 Contenidos

Los contenidos y criterios de evaluación del área de Lengua Castellana y Literatura quedan recogidos en el Currículo de Cantabria en el Decreto 38/2015, de 22 de mayo. Los relacionados con esta propuesta didáctica son los presentados a continuación.

Bloque 1. Comunicación oral: escuchar y hablar.

Escuchar:

Comprensión, interpretación y valoración de textos orales en relación con el ámbito de uso: ámbito personal, académico, social y ámbito laboral.

Comprensión, interpretación y valoración de textos orales en relación con la finalidad que persiguen: textos narrativos, descriptivos, instructivos, expositivos y textos argumentativos. El diálogo.

Observación, comprensión, interpretación y valoración del sentido global de debates, coloquios, entrevistas y conversaciones espontáneas de la intención comunicativa de cada interlocutor y aplicación de las normas básicas que regulan la comunicación.

Hablar:

Conocimiento y uso progresivamente autónomo de las estrategias necesarias para la producción de textos orales

Conocimiento, uso y aplicación de las estrategias necesarias para hablar en público y de los instrumentos de autoevaluación en prácticas orales formales o informales.

Conocimiento, comparación, uso y valoración de las normas de cortesía de la comunicación oral que regulan las conversaciones espontáneas y otras prácticas discursivas orales propias de los medios de comunicación. El debate.

Bloque 2. Comunicación escrita: leer y escribir

Leer:

Lectura, comprensión, interpretación y valoración de textos escritos en relación con el ámbito personal, académico, social y ámbito laboral.

Actitud progresivamente crítica y reflexiva ante la lectura.

Utilización progresivamente autónoma de los diccionarios, de las bibliotecas y de las Tecnologías de la Información y la Comunicación como fuente de obtención de información.

Escribir:

Conocimiento y uso de las técnicas y estrategias para la producción de textos escritos: planificación, obtención de datos, organización de la información, redacción y revisión.

Escritura de textos propios del ámbito personal, académico, social y laboral.

Interés por la composición escrita como fuente de información y aprendizaje, como forma de comunicar las experiencias y los conocimientos propios, y como instrumento de enriquecimiento personal y profesional.

Bloque 3. Conocimiento de la lengua

El discurso:

Observación, reflexión y explicación y uso de los rasgos característicos de que permiten diferenciar y clasificar los diferentes géneros textuales, con especial atención a los discursos expositivos y argumentativos.

Bloque 4. Educación literaria

Lectura libre de obras de la literatura española, universal y la literatura juvenil como fuente de placer, de enriquecimiento personal y de conocimiento del mundo para lograr el desarrollo de sus propios gustos e intereses literarios y su autonomía lectora.

Creación:

Consulta de fuentes de información variadas para la realización de trabajos y cita adecuada de las mismas.

3.5.3 Criterios de evaluación

En cuanto a los criterios de evaluación relacionados con los contenidos expuestos, el Decreto 38/2015, de 22 de mayo, se establecen los siguientes puntos.

Bloque 1. Comunicación oral: escuchar y hablar.

1.Comprender, interpretar y valorar textos orales propios del ámbito personal, académico/escolar, laboral y social.

Con este criterio se pretende evaluar que el alumno sea capaz de identificar toda información básica (verbal y no verbal) y sea capaz de identificar el tema y la finalidad de un texto oral mediante la identificación de la estructura interna. Además, se evalúa que el alumno logre diferenciar los procedimientos empleados para la transmisión información de los empleados para expresar opinión, y que sepa desarrollar las instrucciones de textos orales.

2.Comprender, interpretar y valorar textos orales de diferente tipo.

Con este criterio se pretende evaluar que el alumno sea capaz de entender y resumir la información básica (verbal y no verbal), el tema y la intención de textos orales de diversa intención (narrativa, descriptiva, instructiva, expositiva o argumentativa). También evalúa que el alumno sea capaz de valorar y enjuiciar de forma coherente y cohesionada textos orales de diversa intención. Por último, se pretende que el alumno sea capaz de desarrollar el autoaprendizaje mediante el uso de fuentes de consulta que le faciliten la comprensión de los textos orales.

3.Comprender el sentido global y la intención de los textos orales.

Con este criterio se pretende que el alumno sea capaz de participar en diálogos no planificados respetando las reglas (sociales y verbales), identificando el tema, la intención, los puntos de vista de los interlocutores y los rasgos lingüísticos propios de estos textos orales. También se evalúa la capacidad crítica del alumno para identificar los puntos de vista de los interlocutores y las razones con que se defienden.

4.Reconocer, interpretar y evaluar progresivamente las producciones orales propias y ajenas, así como los aspectos prosódicos y los elementos no verbales (gestos, movimientos, mirada...).

Con este criterio se pretende evaluar que el alumno sea capaz de componer y comunicar textos orales coherentes y cohesionados, ajustándose a las normas lingüísticas, prosódicas, kinésicas, proxémicas y sociales que rigen los discursos orales. También se evalúa el desarrollo del autoaprendizaje mediante la identificación y corrección de errores (anacolutos, discordancias, uso equivocado de tiempos verbales, empleo de muletillas...) en textos orales propios y ajenos.

5.Valorar la lengua oral como instrumento de aprendizaje, como medio para transmitir conocimientos, ideas y sentimientos y como herramienta para regular la conducta.

Con este criterio se pretende evaluar que el alumno sea capaz de valorar el idioma como herramienta eficaz para comprender y expresar datos, conceptos, estados de ánimo y opiniones, y orientar el comportamiento de otras personas persuadir, solicitar, convencer...).

6. Aprender a hablar en público, en situaciones formales o informales, de forma individual o en grupo.

Con este criterio se pretende evaluar que el alumno sea capaz de comunicarse, en el ámbito académico y tras el uso de fuentes de consulta, mediante discursos orales (planificados y no planificados) coherentes y cohesionados, apoyándose en medios auxiliares (impresos, digitales, audiovisuales...) que completen el texto oral, empleando léxico del registro formal y tecnicismos propios del tema de cada texto, aplicando las normas de dicción y prosodia que permitan una expresión oral correcta y entendible. También se evalúa que el alumno comprenda y sintetice en textos (orales y escritos) el tema y las ideas principales de intervenciones públicas ajenas. Por último, este criterio pretende que el alumno desarrolle su capacidad de autoaprendizaje mediante la identificación y corrección de errores en la expresión oral propia y ajena.

7. Conocer, comparar, usar y valorar las normas de cortesía en las intervenciones orales propias de la actividad académica, tanto espontáneas como planificadas y en las prácticas discursivas orales propios de los medios de comunicación.

Con este criterio se pretende evaluar que el alumno sea capaz de dominar y aplicar las normas sociales propias de la comunicación oral en el entorno académico, evitando el uso discriminatorio del idioma. También se evalúa que el alumno desarrolle una actitud crítica para valorar en los medios de comunicación los puntos de vista ajenos y los argumentos en que se apoyan.

8. Reproducir situaciones reales o imaginarias de comunicación potenciando el desarrollo progresivo de las habilidades sociales, la expresión verbal y no verbal y la representación de realidades, sentimientos y emociones.

Con este criterio se pretende evaluar que el alumno sea capaz poner en práctica las pautas sociales y los elementos verbales y no verbales propios de situaciones comunicativas orales planificadas y no planificadas que le permitan comunicar ideas, datos, estados de ánimo, sentimientos y opiniones.

Bloque 2. Comunicación escrita: leer y escribir

3. Manifestar una actitud crítica ante la lectura de cualquier tipo de textos u obras literarias a través de una lectura reflexiva que permita identificar posturas de acuerdo o desacuerdo respetando en todo momento las opiniones de los demás.

Con este criterio se pretende evaluar que el alumno reconozca y valore respetuosamente puntos de vista ajenos sobre el tema o sobre alguna de las ideas fundamentales de un texto escrito y que muestre su visión crítica de forma respetuosa sobre el sentido global o sobre aspectos del texto escrito de forma respetuosa y con expresión verbal coherente y cohesionada.

5. Aplicar progresivamente las estrategias necesarias para producir textos adecuados, coherentes y cohesionados.

Con este criterio se pretende evaluar que el alumno, a partir de un plan de trabajo previo y de una revisión constante, sea capaz de escribir textos organizando presentando las ideas de forma coherente, redactando y conectando las partes del texto de forma coherente. También se evalúa el autoaprendizaje del alumno analizando textos escritos propios y ajenos, y corrigiendo errores de redacción propios y ajenos.

6. Escribir textos en relación con el ámbito de uso.

Con este criterio se pretende evaluar que el alumno sea capaz de expresarse por escrito en los ámbitos personal, social, académico y laboral, redactando textos que presenten los rasgos propios de la tipología requerida (descriptivo, narrativo, instructivo, expositivo, argumentativo y dialogado), empleando recursos lingüísticos de cohesión. También se evalúa que el alumno resuma y sintetice mediante diversas técnicas (mapas conceptuales, esquemas...) textos escritos reflejando por escrito las ideas principales y sus relaciones de forma coherente y cohesionada. Por último que se pretende que el alumno sea capaz de comprender las partes no verbales de textos discontinuos analizando la información que aportan.

Bloque 3. Conocimiento de la lengua

2. Reconocer y explicar los valores expresivos que adquieren las formas verbales en relación con la intención comunicativa del texto donde aparecen.

Con este criterio se pretende evaluar que el alumno, a partir de un texto, sea capaz de identificar las formas verbales y de comentar los valores estilísticos que estas aportan, señalando la intencionalidad comunicativa del texto.

Bloque 4. Educación literaria

1.Favorecer la lectura y comprensión de obras literarias de la literatura española y universal de todos los tiempos y de la literatura juvenil.

Con este criterio se pretende evaluar que el alumno sea capaz leer y disfrutar de la lectura de obras literarias relevantes. También se evalúa la capacidad para valorar con sentido crítico y razonadamente obras literarias, redactando resúmenes, comentando aspectos fundamentales del contenido e identificando relaciones con aspectos de la sociedad y del periodo histórico en que fueron escritas.

3.Fomentar el gusto y el hábito por la lectura en todas sus vertientes: como fuente de acceso al conocimiento y como instrumento de ocio y diversión que permite explorar mundos, reales o imaginarios, diferentes a los nuestros.

Con este criterio se pretende evaluar que el alumno sea capaz de considerar la literatura como fuente de conocimiento desarrollando el aprendizaje autónomo y las habilidades académicas y sociales necesarias para redactar trabajos de investigación en equipo. También se evalúa la capacidad de disfrutar de la lectura leyendo, recitando y dramatizando fragmentos de obras representativas de los periodos literarios del siglo XVIII hasta la actualidad, que permiten al alumno expresar emociones y sentimientos propios y valorar los ajenos con respeto y sentido crítico.

3.5.4 Competencias básicas

Las competencias básicas trabajadas son: comunicación lingüística, competencia digital, aprender a aprender y competencias sociales y cívicas.

3.6 PROPUESTA DIDÁCTICA

La propuesta se llevará a cabo en un total de quince sesiones de cincuenta minutos. Se realizará una sesión por semana por diversos motivos: se considera que la adquisición de conocimientos relacionados con estrategias lingüísticas conlleva un aprendizaje a largo plazo; además, las actividades propuestas requieren en algunas ocasiones trabajo fuera del aula, por lo que se pretende dar un espacio de tiempo para su correcto desarrollo.

Como herramienta principal se hará uso de vídeos extraídos principalmente de *TikTok* e *Instagram*, por su brevedad y cercanía con la realidad de los estudiantes. Los vídeos seleccionados siguen dos criterios: el primero, que contengan aspectos temáticos que se van a tratar en la sesión, como las estrategias comunicativas para llamar la atención o el uso de la comunicación no

verbal; en segundo lugar, se han elegido videos con un alto número de visualizaciones porque, seguramente sean conocidos por los estudiantes y, además, un gran número de visualizaciones suele coincidir con un buen uso de estrategias comunicativas.

Debido a la extensión del trabajo, las actividades desarrolladas en las diferentes sesiones se encuentran en el anexo 1, a modo de cuaderno de estudiante; la explicación sobre la puesta en práctica de las actividades, dirigida al profesor se encuentra en el anexo 2. La numeración del cuaderno del estudiante coincide con la numeración expuesta en la guía para el profesor. Por último, la rúbrica de evaluación final se encuentra en el anexo 3. A continuación, se establece el cronograma de las sesiones.

Sesiones	Tema
1, 2	Estrategias comunicativas: introducción al tema.
3	¿Cómo comunicamos en redes sociales? Se enfocará lo visto de las estrategias comunicativas aplicado a las redes sociales.
4	<i>Marketing</i> . Es uno de los campos donde mejor se ven reflejadas las buenas prácticas comunicativas, por lo que se trabajará en el aula el uso de diferentes estrategias en este campo.
5	<i>Booktag</i> . Esta etiqueta social engloba diferentes vídeos y fotografías relacionadas con los libros. A partir de ella se elaborarán diferentes actividades poniendo en práctica el buen uso de las estrategias comunicativas vistas en las sesiones anteriores.
6, 7, 8	Elaboración de un video <i>storytelling</i> con estrategias de publicidad.
9	Comunicación no verbal. Es una parte fundamental de la comunicación oral y una de las partes menos desarrolladas por los estudiantes durante las exposiciones orales, por lo que con esta sesión se pretende hacer hincapié en su importancia y desarrollar algunas habilidades relacionadas.
10, 11	Elaboración de un <i>tráiler</i> representando escenas del libro.
12	Atenuación y gestión de turnos. Son los otros dos puntos en los que se centra el presente trabajo. En esta sesión se harán actividades que trabajen, sobre todo, la atenuación.

13, 14	Preparación para el debate. Los alumnos deberán buscar información sobre los temas marcados por el profesor y, posteriormente defenderlos en el debate. Se espera que las estrategias estudiadas y practicadas en las sesiones anteriores se pongan en práctica.
15	Debate.

Tabla 5: Cronograma de la propuesta didáctica

4. CONCLUSIONES

Las redes sociales son parte del día a día de nuestros estudiantes y nos ofrecen, en fragmentos de vídeo muy breves, una gran oportunidad para trabajar la comunicación oral y el uso de diferentes estrategias comunicativas. Trasladar este contenido al aula permite acercar la realidad del estudiante a los contenidos curriculares y desarrollar en los estudiantes buenas prácticas comunicativas.

Tras la elaboración de este Trabajo de Fin de Máster, se puede constatar que el objetivo fundamental, formulado al comienzo, ha sido cubierto. Se parte de la hipótesis de que la comunicación oral debe enseñarse desde el punto de vista de la pragmática y tener más peso en el aula, para evitar carencias en la competencia lingüística de los estudiantes. De este modo, tras una reflexión teórica se ha podido establecer una propuesta didáctica.

En primer lugar, y con el fin de establecer una buena base teórica se ha realizado una investigación que conforma el marco teórico. Se ha comenzado con la definición de *competencia comunicativa* y, a posteriormente, se ha establecido un recorrido por las diferentes teorías principales que conforman la disciplina pragmática. Ambos puntos nos dan una visión general de los conceptos clave que conforman la comunicación. Tras esta visión general se ha procedido a la revisión teórica de la comunicación oral y sus componentes. Nos centraremos en la comunicación no verbal y las estrategias de cortesía, puesto que resulta inabarcable recopilar todos los aspectos de la comunicación en este trabajo. Esta parte del marco teórico nos da una base sobre la comunicación y las buenas prácticas discursivas que, posteriormente, serán aplicadas en la propuesta didáctica.

El siguiente punto del marco teórico es el comportamiento y lenguaje de los adolescentes. En este punto hemos encontrado dificultades a la hora de establecer una base teórica, ya que no hay muchos estudios sobre el lenguaje adolescente, quizás por ser un lenguaje sujeto al constante cambio. Sin embargo, sí se han podido establecer una serie de características principales, ligadas al comportamiento de la edad.

Por último, dentro del marco teórico se ha establecido una base teórica para la intervención didáctica de la comunicación oral en el aula que han servido de base para la correcta implementación de la propuesta didáctica. En el siguiente bloque se presenta la propuesta didáctica, la cual a través de los vídeos de las redes sociales *TikTok* e *Instagram*, tiene como objetivo el desarrollo de la competencia comunicativa oral en los estudiantes de cuarto curso de Educación Secundaria.

Como puntos débiles de la propuesta se encuentran la brecha digital, el posible mal uso de las redes sociales y la tecnología en el aula, el exceso de tiempo en pantalla, la alta exposición de los estudiantes ante sus compañeros en las prácticas comunicativas orales y, quizás, la falta de tiempo en el aula para establecer proyectos de este tipo. En contrapunto, la propuesta se ajusta a lo establecido en el currículo de Lengua Castellana y Literatura y sigue las directrices de las competencias básicas, desarrollando, sobre todo, la competencia lingüística y la competencia TIC.

Para finalizar, cabe mencionar que somos conscientes de las limitaciones de este trabajo, ya que lo ideal sería poder realizar un estudio más detallado sobre el lenguaje de los adolescentes en el aula y, a partir de ahí, realizar una propuesta didáctica adaptada a un entorno real en el que poder ponerla en práctica. Además, no se ha podido llevar al aula la propuesta didáctica durante las prácticas, lo que nos habría ofrecido información sobre su funcionamiento, puntos débiles y puntos fuertes en un contexto real. No obstante, tenemos la esperanza de que esta modesta aportación sirva para futuras investigaciones e intervenciones didácticas.

5. BIBLIOGRAFÍA

- AA. VV. (2008). *Diccionario de términos clave de ELE*. SGEL.
- AGUILAR, P. (2012). *Estrategias de cortesía verbal y atenuación cortés utilizadas en debates semipautados de jóvenes y adultos mayores de Santiago de Chile* [Tesis doctoral, Universidad de Salamanca]. Repositorio Documental GREDOS. Visto en [ver enlace](#)
- AUSTIN, J.L. (1962). *How to do things with words*. Martino Fine Books.
- BACHMAN, L.F. (1990). *Fundamental Considerations in Language Testing*. OUP
- BARALO, M. (2000). El desarrollo de la expresión oral en el aula de ELE. *Carabela*, (47), 5-36
- BRIZ, A. (2002). *La perspectiva no etnocentrista de la cortesía: identidad sociocultural de las comunidades hispanohablantes* [Comunicación en congreso]. 1º Coloquio del Programa EDICE: Estudios del Discurso de Cortesía Español, Estocolmo. Visto en [ver enlace](#)
- BRIZ, A. Y ALBELDA, M. (2013). Una propuesta teórica y metodológica para el análisis de la atenuación lingüística en español y portugués. La base de un proyecto en común. *Onomázein. Revista semestral de lingüística, filología y traducción*, (28), 288-319. Visto en [ver enlace](#)
- CALSAMIGLIA, H. Y TUSÓN, A. (1999). *Las cosas del decir*. Ariel
- CAMACHO, M. (2011). *Análisis pragmático de los apelativos empleados por jóvenes universitarios en el español de Costa Rica* [Tesis doctoral, Universidad de Costa Rica]. Repositorio de la Universidad de Costa Rica. Visto en [ver enlace](#)
- CANALE, M. (1983). De la competencia comunicativa a la pedagogía comunicativa del lenguaje. *Competencia comunicativa. Documentos básicos en la enseñanza de lenguas extranjeras*. 63-82
- CANTERO, F.J. (1998). Conceptos clave en la lengua oral. En Mendoza, A. (Ed.), *Conceptos clave en didáctica de la lengua y literatura* (141-153). Horsori.
- CASSANY, D. (2021). *El arte de dar clase*. Anagrama

- CASSANY, D., LUNA, M. Y SANZ, G. (2002). *Enseñar lengua*. Graó
- CASTRO, M.A. (2022). TikTok se convierte en la aplicación más descargada de 2022, superando a Instagram y WhatsApp. *20minutos*. Visto en [ver enlace](#)
- CESTERO, A.M (2014). Comunicación no verbal y comunicación eficaz. *Revista de Estudios de Lingüística de la Universidad de Alicante (ELUA)*, (28), 125-150
- CESTERO, A.M. (2016). La Comunicación no verbal: propuestas metodológicas para su estudio. *Linred: Lingüística en la red*.
- CHOMSKY, NOAM (1965). *Aspects of the Theory of Syntax*. MIT Press.
- CONSEJO DE EUROPA (2001). *Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas: Aprendizaje, Enseñanza, Evaluación*. Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. Visto en [ver enlace](#)
- CONSEJO DE EUROPA (2018). *Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas: Aprendizaje, Enseñanza, Evaluación. Volumen complementario*. Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. Visto en [ver enlace](#)
- CUENCA, E., MORALES, A., CALDEVILLA-DOMÍNGUEZ, D. (2019). La red social TikTok como herramienta didáctica en el aula de Lengua y Literatura. En Pérez-Fuentes (ed.), *Investigación en Educación y Ciencias Sociales* (1191-1200). Dykinson.
- DECRETO 38/2015, de 22 de mayo, que establece el currículo de la Educación Secundaria Obligatoria y del Bachillerato en la Comunidad Autónoma de Cantabria.
- ESCALANTE, C. (2017). Te lo pido por favor: estrategias de cortesía de hablantes de herencia del español mexicano. *Normas*, 7 (2), 273-296. Visto en [ver enlace](#)
- ESCANDELL, M.V. (2013). *Introducción a la pragmática*. Ariel Letras.
- FÉLIX-BRASDEFER, J. C., & COHEN, A. D. (2012). Teaching Pragmatics in the Foreign Language Classroom: Grammar as a Communicative Resource. *Hispania*, 95(4), 650–669. Visto en [ver enlace](#)

- FENG (2019). Evaluation of Charm Factors of Short Video User Experience using FAHP-A Case Study of Tik Tok APP. *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, 688 (5)
- FRÍAS, X. (2001). Introducción a la pragmática. *Revista Philologica Románica*. Ver enlace [ver enlace](#)
- GARCÍA ÚNICA, J. (2016). Pragmática de la comunicación oral y escrita y su didáctica. *Didáctica de la Lengua Española I*, 27-32
- GARRIDO, A. (2016). *Enseñar Lengua desde la Pragmática: las intenciones comunicativas* [Trabajo de Fin de Máster, Universidad Autónoma de Madrid]. Repositorio de la Universidad Autónoma de Madrid. Visto en [ver enlace](#)
- GARRIDO, C. (2006). Procedimientos para la cortesía en la conversación coloquial en español. *Revista de estudios culturales de la Universitat Jaume I*, III, 57-71. Visto en [ver enlace](#)
- GIL CARVALHO, R. (2013). Características da personalidade e relacionamento interpessoal na adolescência. *Avaliação Psicológica: Interamerican Journal of Psychological Assessment* 12 (1), 27-36. Visto en [ver enlace](#)
- GUTIÉRREZ ORDOÑEZ, S. (2004). La subcompetencia pragmática. En J. Sánchez Lobato e I. Santos Gargallo (Dir.), *Vademécum para la formación de profesores. Enseñar español como segunda lengua (L2) / lengua extranjera (LE)* (pp. 533-551). Madrid: SGEL.
- HERNÁNDEZ, E. (2000). Contextualización cultural de la interacción comunicativa. *Didáctica XXI*, (3)
- HYMES, D. H. (1971). Acerca de la competencia comunicativa. *Textos de didáctica de la lengua y la literatura*, (69), 61-68
- INSTAGRAM (2020). *Presentamos Reels de Instagram*. Visto en [ver enlace](#)
- INSTITUTO CERVANTES (2008). *Saber Hablar*. Aguilar.
- KASPER, G. (1997). *Can Pragmatic Competence be taught?* University of Hawaii. Visto en [ver enlace](#)

- LANCHEROS, H.F. (2020). Sobre la descortesía aparente. *Lingüística y literatura*, (78), 189-214
- LEY ORGÁNICA 2/2006, de 3 de mayo (LOE)
- LEY ORGÁNICA 3/2020, de 29 de diciembre (LOMLOE)
- LEY ORGÁNICA 8/2013, de 9 de diciembre (LOMCE)
- LOMAS, C. (2015). Enseñar Lengua y Literatura para aprender a comunicar(se). *La educación Lingüística y Literaria en Secundaria*.
- LÓPEZ FERRERO, C. Y MARTÍN PERIS, E. (2011). La competencia crítica en el aula de español L2/LE: textos y contextos. En *XXI Congreso Internacional de la ASELE*(pp. 507-516). Visto en [ver enlace](#)
- MENDOZA, A. Y CANTERO, F. (2003). *Didáctica de la Lengua y la Literatura*. Pearson Educación.
- MORENO, F. (2002). *Producción, expresión e interacción oral*. Arco Libros.
- MORRIS, C. (1985). *Fundamentos de la teoría de los signos*. Paidós.
- MOSSERI, A. [@mosseri] (3 de mayo de 2022). *Testing Feed Changes*. Visto en [ver enlace](#)
- NÍKLEVA, D. Consideraciones pragmáticas sobre la cortesía y su tratamiento en la enseñanza del español como L1. *Tejuelo: Didáctica de la Lengua y la Literatura. Educación* (11) 64-84. Visto en [ver enlace](#)
- ORDEN ECD/65/2015, de 21 de enero, por la que se describen las relaciones entre las competencias, los contenidos y los criterios de evaluación de la educación primaria, la educación secundaria obligatoria y el bachillerato.
- PARRA, C. Y WILFREDO, P. (2012). *Mejoramiento de la expresión oral en estudiantes de grado sexto de básica secundaria* [Tesis Doctoral, Universidad de la Amazonía]. Repositorio Institucional Digital de la UNAP. Visto en [ver enlace](#)
- POYATOS, F. (2017). La comunicación no verbal en la enseñanza integral del Español como Lengua Extranjera. *E-eleando. Ele en Red*. Visto en [ver enlace](#)

- REAL DECRETO 1105/2014, de 26 de diciembre, por el que se establece el currículo básico de la Educación Secundaria Obligatoria y del Bachillerato.
- REYES, G. (1995). *El abecé de la pragmática* (7ª ed.). Arco Libros
- RODRÍGUEZ, F. Y NÍKLEVA, D. (2018). Rechazar una invitación y negarse a una petición: procedimientos de atenuación discursiva empleados en las respuestas escritas de alumnas de español como lengua extranjera en Estados Unidos. *Onomázein. Revista semestral de lingüística, filología y traducción* (39), 90-113. Visto en [ver enlace](#)
- SPERBER, D Y WILSON, D. (1995). *Relevance. Communication and Cognition*. Blackwell
- SPERBER, D. Y WILSON D. (2004). La teoría de la relevancia. *Revista de Investigación Lingüística*, 7, 233-282
- VALLE, D. (2012). *Gestión avanzada de turnos para la interacción natural* [Tesis doctoral, Universidad Carlos III de Madrid]. Repositorio de la Universidad Carlos III de Madrid. Visto en [ver enlace](#)
- VERDE, S. (2015). *El desarrollo de la competencia pragmática: aproximación al estudio del procesamiento pragmático del lenguaje* [Tesis doctoral, Universidad de Salamanca]
- VILÀ, M. (2011). Seis criterios para enseñar la lengua oral en la educación obligatoria. *Leer.es*.
- XIN, Y. (2016). *Las teorías de los actos de habla. Una sinopsis*. [Trabajo de Fin de Máster, Universidad de Oviedo]. RUO Principal. Visto en [ver enlace](#)
- ZIMMERMAN, K. (1996). Lenguaje juvenil, comunicación entre jóvenes y oralidad. *El español hablado y la cultura oral en España e Hispanoamérica*, 59, 475-514. Visto en [ver enlace](#)

6. ANEXOS

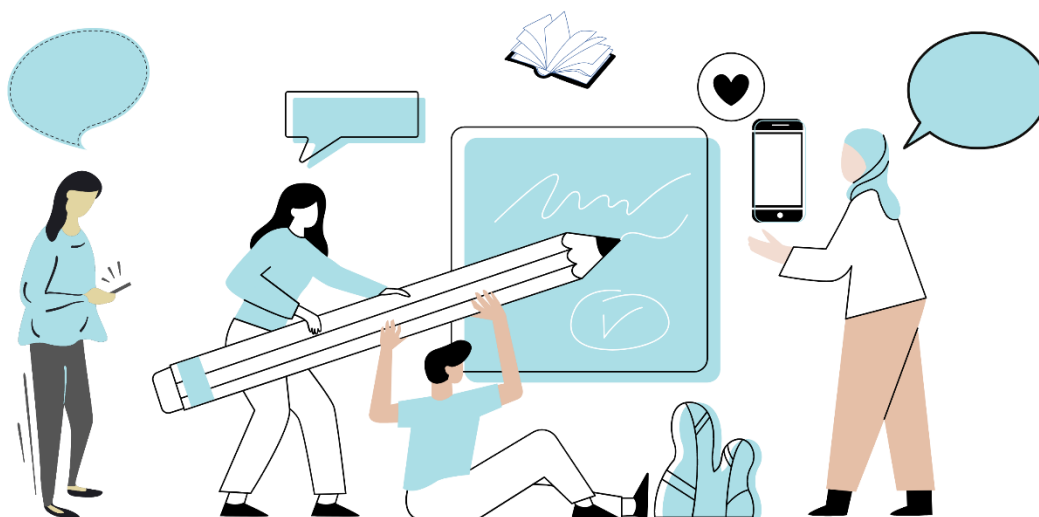
6.1 ANEXO 1: PROPUESTA DIDÁCTICA

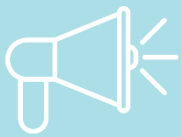
PROPUESTA DIDÁCTICA

COMUNICACIÓN Y REDES SOCIALES

Lengua Castellana y Literatura

1. ¿Cómo hablamos?	1
2. ¿Cómo comunicamos en redes sociales.	2
3. Marketing	3
4. <i>Booktag</i>	4
5. Comunicación no verbal	8
6. <i>Booktag</i>	9
7. Atenuación	11
8. Debate	13
9. Autoevaluación	14





¿CÓMO HABLAMOS?

Como sabes, cuando hablamos no solo comunicamos con el mensaje verbal, sino también con el tono de voz, los gestos, la mirada o la distancia física que mantenemos con el interlocutor. Las estrategias comunicativas hacen uso de estos elementos para captar la atención del receptor o provocar el efecto deseado, como puede ser comprar un producto.

Estas estrategias deben ser adecuadas y coherentes con la situación comunicativa en la que nos encontramos y el tipo de receptor.

LLUVIA DE IDEAS

1 Reflexiona con tus compañeros sobre las siguientes cuestiones relacionadas con la comunicación:

- a) Cuando hablamos ¿hablamos con todas las personas y en todas las situaciones de la misma manera? ¿Qué factores intervienen?
- b) ¿Sabes qué son las estrategias comunicativas? ¿Para qué crees que sirven? ¿Conoces alguna?

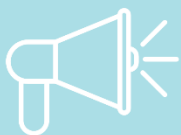
ACTIVIDADES

2 ¡A representar! El profesor te asignará una situación comunicativa que tendrás que representar con tu grupo. Estas situaciones comunicativas son secretas, no debes compartirlas con nadie. Una vez asignado tu papel, tómate unos minutos para pensar en tu actuación antes de salir a escena.

3 Responde a las siguientes cuestiones sobre la actividad anterior:

- a) ¿Cómo te has sentido al representar tu papel?
- b) ¿Hubieras resuelto de esa manera la situación? ¿Qué cambiarías?
- c) ¿Cómo te has sentido con tus compañeros? Justifica tu respuesta.
- d) ¿Qué estrategias comunicativas crees que están relacionadas con estas situaciones? ¿Piensas que un buen uso de estas estrategias ayudaría a desenvolver correctamente las situaciones?

4 Tras lo visto en la sesión señala al menos tres estrategias que creas que son positivas, es decir, que ayuden a la comunicación, y otras tres negativas, que la perjudiquen.



¿CÓMO NOS COMUNICAMOS EN LAS REDES SOCIALES?

- 5 El mercado. Imagina que estás por la calle y te encuentras a algún compañero. Dialoga con tus compañeros siguiendo las indicaciones del profesor.

LLUVIA DE IDEAS

- 6 Reflexiona con tus compañeros sobre las siguientes cuestiones relacionadas con las redes sociales:

- a) ¿Crees que estas estrategias aparecen en las redes sociales? ¿Cuáles?
- b) Existen diferentes tipos de vídeo en estas redes sociales, ¿Cuáles conoces? ¿Usan las mismas estrategias?

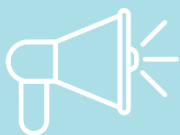
ACTIVIDADES

- 7 Observa los vídeos proyectados por el profesor y contesta las siguientes preguntas para cada uno de ellos:

- a) ¿Qué tipo de vídeo es?
- b) ¿Ha retenido tu atención? ¿Por qué?
- c) ¿Qué estrategias comunicativas utiliza?
- d) ¿Utilizarías las mismas estrategias comunicativas? ¿Añadirías o eliminarías alguna ?

- 8 Exposición oral: selecciona al menos una de las buenas prácticas comunicativas que has visto en el aula y represéntala ante tus compañeros. El tema sobre el que puedes hablar es libre.





LLUVIA DE IDEAS

9 Reflexiona con tus compañeros sobre las siguientes cuestiones relacionadas con el marketing:

- a) ¿Alguna vez has querido comprar algo después de ver un anuncio en la televisión o un vídeo en redes sociales? ¿A qué crees que se debe?
- b) ¿Qué estrategias crees que usan en las redes sociales para vender productos?
- c) ¿Crees que estas estrategias se usan solo para vender o pueden tener otros fines comunicativos?

LLUVIA DE IDEAS

10 Busca un vídeo publicitario que creas que hace buen uso de estrategias comunicativas e indica cuáles son esas estrategias.

Nombre del vídeo:

¿Por qué os ha llamado la atención?

¿Qué estrategias utiliza?

11 Tras ver las estrategias comunicativas usadas para el marketing, piensa, con un compañero, en un producto que quieras vender. A continuación, vosotros seréis los vendedores. Debéis hacer uso de estas estrategias para convencer a vuestros compañeros de que compren vuestro producto.



LLUVIA DE IDEAS

12 Reflexiona con tus compañeros sobre las siguientes cuestiones relacionadas con el booktag:

- a) ¿Conoces el término *booktag*?
- b) ¿Lo has utilizado alguna vez? ¿Crees que es útil?
- c) ¿Qué tipo de vídeos se pueden encontrar ahí?

El término *booktag* es utilizado en las redes sociales para aludir a las publicaciones relacionadas con los libros. Por lo general son publicaciones en formato vídeo que contienen una reseña de un libro, aunque existen diversos tipos de vídeos (*reaccionando a...*, *¿cómo serían los personajes en la realidad?*, comparación con otros libros o descripciones del autor o autora).

ACTIVIDADES

13 Tras ver los vídeos proyectados por el profesor, reflexiona con tus compañeros sobre los siguientes aspectos:

- a) Han captado tu atención? ¿Por qué?
- b) ¿Usan alguna estrategia lingüística? ¿Cuáles?
- c) ¿Sueles ver este tipo de vídeos?

14 Escribe las que creas que son buenas prácticas comunicativas vistas en los vídeos anteriores.

ELECCIÓN DE LIBRO

Con tu compañero, elige un libro que hayáis leído. Las siguientes actividades girarán entorno a este libro, por lo que pensad bien en vuestra elección.

15 Una vez elegido el libro, rellenad la ficha que encontraréis en la siguiente hoja. Esta ficha os será de utilidad para las actividades posteriores.



FICHA DEL LIBRO

DATOS SOBRE EL LIBRO

Título:

Autor:

Género:

JUSTIFICACIÓN

Justifica la elección del libro.

PERSONAJES PRINCIPALES

RESUMEN



ACTIVIDADES

Venta de libros. Imagina que eres el publicista del libro, a través de un breve vídeo debéis convencer al resto de compañeros para que lo lean. Para ello, recuerda usar las estrategias vistas en la sesión de marketing.

16 Antes de comenzar a grabar, realiza la ficha *cuaderno de guionista* que encontrarás en la siguiente página. Es importante que escribáis los contenidos del vídeo antes de comenzar a grabar para tener un pequeño guion de los contenidos.

17 ¡A grabar! Sigue las reglas marcadas a continuación para grabar el vídeo.

Reglas:

El vídeo tendrá una duración máxima de 60 segundos.

Debéis aparecer ambos miembros del grupo de forma equitativa, por lo que si lo preferís, podéis realizar dos vídeos individuales.

El contenido debe ser la explicación de la sinopsis del libro.



18 Visionado de vídeos. A continuación veremos todos los vídeos realizados y los evaluaremos. Piensa en las siguientes cuestiones con cada uno de los vídeos y coméntalo con tus compañeros:

- a) ¿Han captado tu atención? ¿Por qué?
- b) ¿Usan alguna estrategia lingüística? ¿Cuáles?
- c) ¿Ha hecho un resumen adecuado del libro?

CUADERNO DE GUIONISTA: VÍDEO 1

LIBRO

NOMBRE ALUMNO

NOMBRE ALUMNO

**DESTINATARIOS
DEL VÍDEO**

**OBJETIVOS QUE QUIERO
CONSEGUIR**

ESTRATEGIAS PARA CAPTAR LA ATENCIÓN

GUION DEL VÍDEO



LLUVIA DE IDEAS

19 Reflexiona con tus compañeros sobre las siguientes cuestiones relacionadas con la comunicación no verbal:

- a) ¿Qué es el lenguaje no verbal?
- b) ¿Es importante? ¿Por qué?
- c) ¿Crees que podemos comunicar solo con comunicación no verbal?

Lee la siguiente cita y reflexiona con tus compañeros sobre ella:

El investigador Albert Mehrabian descompuso en porcentajes el impacto de un mensaje: 7% es verbal, 38% vocal (tono, matices y otras características) y un 55% señales y gestos.

ACTIVIDADES

20 Cine mudo: En grupos de cuatro debéis inventaros una pequeña historia que luego deberéis representar a vuestro compañero. En esta representación no podréis hablar, solo podéis hacer uso de los gestos.

21 Observa el corto de Charles Chaplin proyectado por el profesor y contesta las siguientes preguntas:

- a) ¿Qué cuenta esta escena?
- b) ¿Qué elementos usa para comunicar?





LLUVIA DE IDEAS

Grabación de vídeo. Esta vez deberéis representar una o varias escenas del libro que habéis elegido. La regla, esta vez, es que no podéis hablar durante el vídeo, sino que debéis hacer la representación acompañándoos solo de música o efectos de sonido. Tenéis tres opciones de vídeo:

OPCIÓN 1: Tráiler con escenas representativas de la obra.

OPCIÓN 2: Representación de una escena significativa de la obra.

OPCIÓN 3: ¿Cómo serían esos personajes en la realidad?

22 Al igual que la otra vez, debéis rellenar primero un cuaderno de guionista con las características principales. Lo encontrarás en la siguiente página.

23 ¡A grabar! Sigue las reglas marcadas a continuación para grabar el vídeo.

Reglas:

El vídeo tendrá una duración de entre 60 y 120 segundos.

Debéis aparecer ambos miembros del grupo de forma equitativa.

El contenido debe ser la representación de una o varias escenas.

No podéis hablar durante el vídeo, tenéis que comunicar a través de los gestos.

24 Visionado de vídeos. A continuación veremos todos los vídeos realizados y los evaluaremos. Piensa en las siguientes cuestiones con cada uno de los vídeos y coméntalo con tus compañeros:

a) ¿Han captado tu atención?

b) ¿Han sabido expresar por medio de la comunicación no verbal?



CUADERNO DE GUIONISTA: VÍDEO 2

LIBRO

NOMBRE ALUMNO

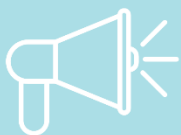
NOMBRE ALUMNO

**DESTINATARIOS
DEL VÍDEO**

**OBJETIVOS QUE QUIERO
CONSEGUIR**

ESTRATEGIAS COMUNICATIVAS

GUION DEL VÍDEO



LA ATENUACIÓN

La atenuación es una estrategia comunicativa que sirve para disminuir la fuerza de la intención del mensaje que queremos expresar y del papel de los participantes en la enunciación para lograr llegar con éxito un objetivo final.

LLUVIA DE IDEAS

25 Reflexiona con tus compañeros sobre las siguientes cuestiones relacionadas con la gestión de turnos y la atenuación:

- a) ¿Conocíais el término *atenuación*?
- b) ¿Creéis que es importante? Justifica tu respuesta
- c) ¿Usáis estrategias de atenuación en vuestra vida cotidiana?
¿Cuándo y por qué?

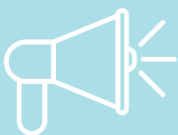
ACTIVIDADES

26 Observa el vídeo proyectado por el profesor y responde a las siguientes preguntas:

- a) ¿Usa buenas prácticas comunicativas? Justifica tu respuesta
- b) ¿Cuáles crees que no son buenas prácticas?
- c) Cambia las malas prácticas del vídeo por buenas prácticas.

27 Piensa en situaciones en las que se utilice la atenuación. A continuación escribe al menos dos estrategias que creas que se utilizan de forma positiva y otras dos que creas que son negativas. Coméntalo con tus compañeros y completa el cuadro con las estrategias con las que estés de acuerdo con ellos.

POSITIVAS	NEGATIVAS



28 En grupos, leed el siguiente fragmento detenidamente y responded a las siguientes preguntas:

- a) ¿Quién mata a la mujer?
- b) ¿Estáis todos de acuerdo?
- c) ¿Cómo habéis llegado a esa conclusión?

Una joven esposa, poco atendida por un marido demasiado ocupado en sus negocios, se deja seducir y va a pasar la noche a casa de su amante, situada al otro lado del río.

Al amanecer del día siguiente, para volver a su casa antes de que regrese su marido, que estaba de viaje, tiene que cruzar un puentecillo, pero un loco, haciendo gestos amenazadores, le cierra el paso. Ella corre hacia un hombre que se dedica a pasar gente con una barca, se monta, pero el barquero le pide el dinero del pasaje. La pobre no tiene nada y por más que pide y suplica, el barquero se niega a pasarla si no paga de antemano.

Entonces vuelve a casa de su amante y le pide dinero, pero éste se niega sin dar más explicaciones.

Al momento, se acuerda de que un amigo vive en la misma orilla y va a visitarle. Él guarda por ella un amor platónico, aunque ella nunca le había correspondido. Le cuenta todo y le pide el dinero, pero él también se niega: le ha decepcionado por una conducta tan ligera.

Intenta de nuevo ir al barquero, pero en vano. Entonces, desesperada, decide cruzar el puente. El loco la mata.





INVESTIGACIÓN Y DEBATE

29 Grupos de investigación. Para esta actividad os dividiréis en dos grupos. Ambos deberéis investigar sobre los siguientes aspectos pero el grupo 1 investigará sobre las problemáticas y el grupo 2 sobre los beneficios y ventajas.

- Las redes sociales en la actualidad: Beneficios y problemas.
- Uso en adolescentes: beneficios y problemas.
- La imagen personal en las redes sociales.
- El acoso entre adolescentes en redes sociales

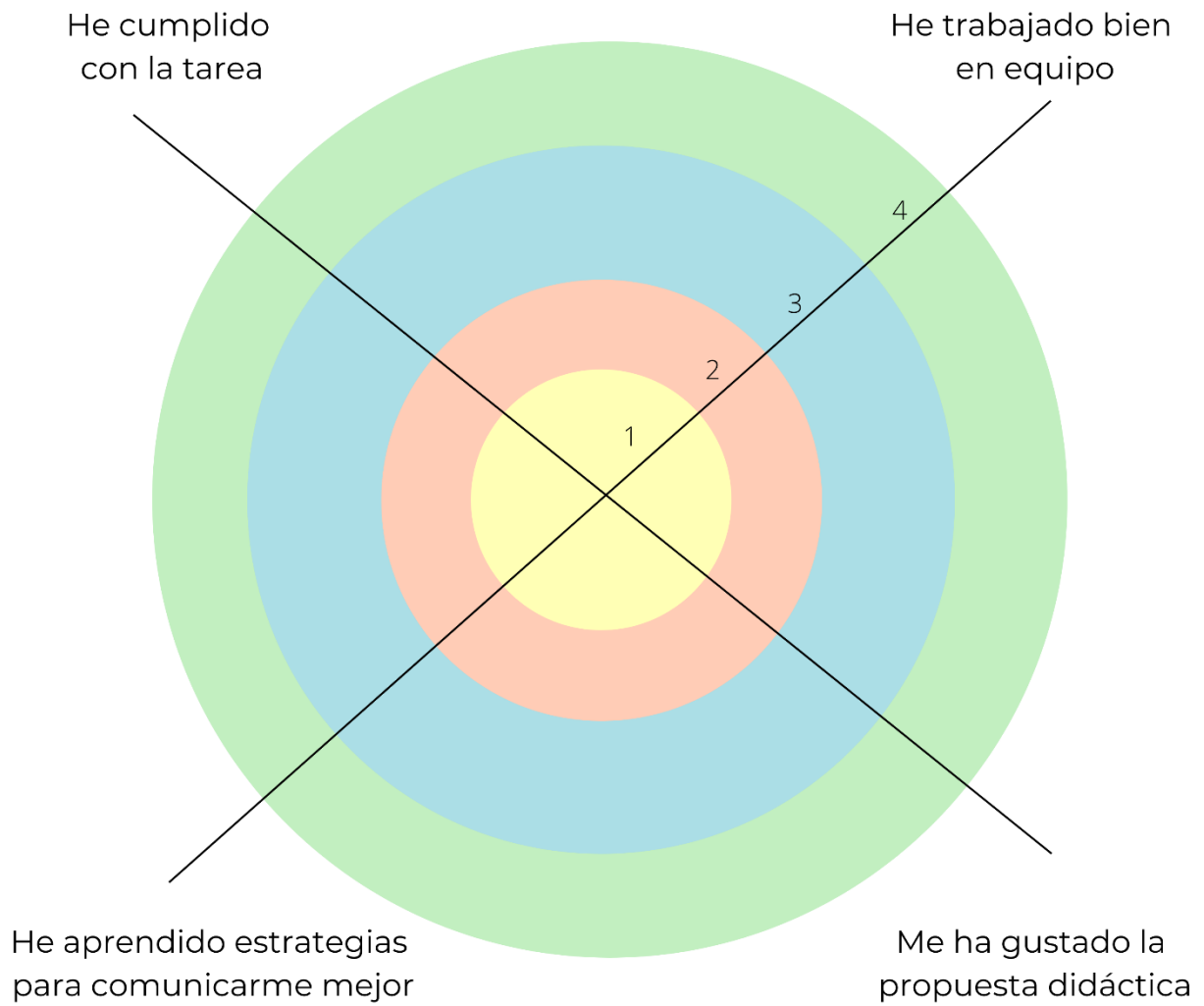
Recoge en una hoja las ideas más importantes sobre la investigación ya que te serán de utilidad para realizar el debate.

30 A continuación, debatiremos sobre la información recogida en las sesiones de investigación. Cada grupo deberá defender la postura sobre la que ha investigado (a favor y beneficios o en contra y problemática de las redes sociales). Recuerda respetar la opinión y turno de tus compañeros. Para el correcto desarrollo:

- Habrá un mediador en el debate.
- Los turnos se alternarán entre ambos grupos.
- Todos los estudiantes deben intervenir.
- Debéis respetar todos los turnos y opiniones.
- Al finalizar cada una de las cuestiones investigadas deberéis reflexionar sobre lo argumentado y llegar a un acuerdo común final.



Autoevaluación



- 1.- En desacuerdo
- 2.- Algo de acuerdo
- 3.- Básicamente de acuerdo
- 4.- Totalmente de acuerdo

6.2 ANEXO 2: DESARROLLO DE LA PROPUESTA DIDÁCTICA

Sesión 1 – Estrategias comunicativas

1. Lluvia de ideas: El profesor hará reflexionar a los estudiantes sobre los elementos que conforman la comunicación oral y las estrategias comunicativas más utilizadas en nuestro día a día. El profesor será el encargado de guiar las reflexiones por medio de preguntas.
2. Actividad: Representación *role play* en grupos de tres. El profesor repartirá una serie de situaciones comunicativas a cada estudiante y una actitud para resolverla: llegar tarde al trabajo y enfrentarse al jefe, hablar con un profesor por un suspenso con 4,9, devolver un producto defectuoso en una tienda en la que no admiten devoluciones, etc. A cada estudiante se le asignará un rol personal con conductas comunicativas tanto positivas como negativas: insultar al interlocutor, aceptar todo lo que el interlocutor diga con una sonrisa, no ceder ante las peticiones del otro, etc.

Tras unos minutos de preparación, cada grupo saldrá a representar su papel asignado, sin conocer el papel de sus compañeros. El objetivo de esta actividad es que con esas situaciones preestablecidas los estudiantes reflexionen sobre las buenas y malas conductas comunicativas, sobre cómo se sienten cuando alguien amenaza su imagen personal y cuando la potencian, etc.

3. Actividad: Se reflexionará sobre las conclusiones de la actividad 2 en relación con las estrategias comunicativas. Todo quedará escrito en este apartado.

Sesión 2 – Estrategias comunicativas

4. Actividad: Los alumnos deberán reflexionar sobre todo lo comentado en el aula la sesión anterior y, con las explicaciones del profesor sobre las estrategias comunicativas, señalar algunas de las estrategias positivas y negativas que han visto.
5. Actividad: Los estudiantes estarán esparcidos por el aula y se pararán a hablar con el compañero más cercano cuando el profesor lo indique. Tendrán tres minutos para dialogar y, al nuevo aviso, cambiarán de pareja. En estas

charlas deberán poner en marcha alguna de las buenas prácticas vistas como el respeto del turno de palabra, la valoración del otro, etc.

6. Lluvia de ideas: Con todo el grupo se realizará una reflexión sobre el uso de la lengua en las redes sociales, las diferencias con la oralidad y otros géneros. Se espera que los estudiantes reflexionen sobre la forma de comunicar en las redes sociales y el uso estratégico de elementos lingüísticos con una determinada función. Estas estrategias dependen, entre otros factores, del tipo de público y vídeo realizado (*booktag, haul, storytelling, blog, etc.*). Estas buenas prácticas se aplicarán en la actividad 8.

Sesión 3 – ¿Cómo comunicamos en redes sociales?

7. Visionado de vídeos: Continuando con las reflexiones del día anterior, el profesor reproducirá una serie de vídeos extraídos de estas redes sociales. Se espera que los estudiantes observen, por ejemplo, un uso excesivo de la comunicación no verbal, la colocación estratégica de elementos gramaticales para dar énfasis a lo importante, el uso de hipérboles, silencios, etc.

Una vez vistos los vídeos se dejará cinco minutos a los estudiantes para que reflexionen sobre las cuestiones marcadas; tras estos cinco minutos se les dejarán otros cinco minutos para debatirlos con el compañero, en parejas; por último, en grupos de cuatro dispondrán de otros cinco minutos. Finalmente, se comentarán las reflexiones extraídas entre toda la clase. Se pretende con esta metodología 1-2-4 que los estudiantes reflexionen de forma individual y se nutran de la reflexión de sus compañeros. Al finalizar la actividad se hará una puesta en común con todos los estudiantes de la clase.

Recursos utilizados: enlace a vídeos para mostrar en el aula.

Vídeo 1: *Tipos de personas* - [ver enlace](#) | Vídeo 2: *Experimento* - [ver enlace](#)

Vídeo 3: *Descripción de un personaje* - [ver enlace](#) | Vídeo 4: *Anécdota* - [ver enlace](#) | Vídeo 5: *Vlog* - [ver enlace](#) | Vídeo 6: *representación de tráiler* - [ver enlace](#) | Vídeo 7: *Haul* - [ver enlace](#)

8. Exposición oral: Tras ver las estrategias, los alumnos deberán seleccionar al menos una de ellas y ponerla en práctica con una exposición oral espontánea de un minuto de duración. La exposición deberá ser de entre 1 y 2 minutos,

se podrá realizar de forma individual o en parejas y debe amoldarse a las estrategias vistas anteriormente. Tras finalizar la exposición, los compañeros deberán decir cuál era la estrategia observada y cuál creen que es el objetivo del uso de esa estrategia.

Sesión 4: *Marketing*

9. Lluvia de ideas sobre las estrategias comunicativas de *marketing*.
10. Actividad: Los estudiantes, en parejas, deben buscar un vídeo publicitario y marcar las estrategias comunicativas que ven en él. El objetivo es que sean conscientes del uso de estas estrategias cuyo fin es convencer al espectador de comprar un producto.
11. Actividad: Los estudiantes deberán reflexionar sobre las estrategias de marketing utilizadas en los vídeos (cambio en el orden sintáctico, exageración, creación de necesidades por medio de la descripción de situaciones cotidianas comunes a todos, etc.) y realizar una pequeña exposición oral. En esta exposición tendrán un minuto para convencer a sus compañeros sobre el producto que estén vendiendo.

Sesión 5 - *Booktag*

12. Lluvia de ideas: Se les preguntará a los estudiantes si saben qué es el *booktag*, una etiqueta utilizada para categorizar los vídeos cuya temática principal son los libros.
13. Visionado de vídeos: dentro de esta tipología de vídeos existen múltiples tipos que varían en formato (solo texto, solo representación de personas, frases del libro con música, etc.) o de contenido (sinopsis del libro, reacciones, videoclip del libro, etc.). Se mostrarán algunos de estos tipos de vídeos en el aula y se reflexionará sobre su uso y utilidad. Estos vídeos nacieron por el mero hecho de compartir experiencias lectoras con una comunidad, sin embargo, las editoriales trabajan cada vez más en este tipo de contenido para difundir publicidad. Se relacionarán las estrategias comunicativas utilizadas en los vídeos generales y en *marketing* para este tipo de vídeos.

Recursos utilizados: Vídeo 1: *sinopsis con reto* - [ver enlace](#) | Vídeo 2: *reaccionando* - [ver enlace](#) | Vídeo 3: *leyendo un fragmento* - [ver enlace](#) | Vídeo

4: *si los personajes fueran españoles* - [ver enlace](#) | Vídeo 5: *imitando personajes en la vida real* - [ver enlace](#)

14. Actividad: Se recogerán por escrito las buenas prácticas utilizadas en estos tipos de vídeos.

Sesión 6 – Ficha del libro

A partir de esta sesión se comenzará a realizar el trabajo final que consistirá en la elaboración de diversos videos relacionados con un libro. Estas actividades se realizarán en parejas y quedarán todas recogidas en el portafolio final.

Al estar todas las actividades relacionadas, el profesor hará una breve explicación de todas al comienzo y, después, en cada sesión se ofrecerán las pautas necesarias para cada actividad.

15. Actividad: El primer paso para la elaboración del proyecto es elegir el libro en el que se va a centrar el trabajo y extraer sus características principales. Esto quedará recogido en la ficha del libro.

Sesión 7 – Storytelling

Se comenzará con la elaboración de un vídeo en el que se explique la sinopsis del libro. Este vídeo servirá para trabajar la síntesis de información y las estrategias comunicativas vistas anteriormente, relacionadas con el marketing. Con estas actividades se desea trabajar la capacidad de expresión de los estudiantes, haciendo uso de algunas de las estrategias comunicativas mencionadas anteriormente, como la exageración y el uso de la comunicación no verbal, para llamar la atención de los receptores.

16. Actividad: antes de grabar el vídeo se elaborará un cuaderno de guionista donde queden recogidas las cuestiones que se llevarán al vídeo: destinatarios, estrategias comunicativas utilizadas y guion del vídeo. En esta actividad los estudiantes se convertirán en publicistas del libro, el objetivo del vídeo es trasladar a los compañeros la información necesaria para generar interés y motivación por leer el libro.

17. Actividad: Grabación del vídeo. La duración máxima será de 60 segundos. Se podrán hacer dos tipos de vídeo con intención de que todo el alumnado

participe: un vídeo en el que ambos miembros del grupo participen de manera visible y equitativa en el vídeo o dos vídeos en el que aparezcan de forma individual. En ambos casos se presentará un único guion por grupo. La grabación se llevará a cabo fuera del aula.

Sesión 8 – *Storytelling*

18. Visionado de los vídeos realizados y coevaluación de los compañeros.

Sesión 9 – Comunicación no verbal

19. Reflexión: A continuación, se reflexionará sobre la importancia del lenguaje no verbal, sus usos y su importancia. Esta reflexión se llevará a cabo de forma conjunta a través de diferentes preguntas realizadas por el profesor, ya que el contenido teórico se estudia en 1º de Secundaria. Para hacer más hincapié en la importancia de la comunicación no verbal y la capacidad que tiene de transmitir información se realizarán las siguientes actividades.

20. Actividad: Cine mudo. Se dividirá a los estudiantes en grupos de cuatro y deberán representar, sin hablar, una escena inventada por ellos. Al terminar la actuación los demás estudiantes deben decir qué es lo que han entendido.

21. Visionado de vídeo. A partir de una escena de Charles Chaplin, se debatirá sobre las cuestiones establecidas. Vídeo: [ver enlace](#)

Sesión 10 – *Tráiler*

El siguiente vídeo para realizar consiste en la interpretación de una escena significativa del libro o la interpretación del resumen.

22. Actividad: elaboración de un cuaderno de guionista al igual que en la actividad 9 sobre los elementos que aparecerán en el vídeo.

23. Actividad: En esta ocasión se pretende realizar un tráiler o dramatización de una escena sin voz. Tan solo se podrá utilizar música en el vídeo, al estilo de los videoclips de música donde se muestran diferentes escenas, acompañadas de la música, sin diálogo. La duración del vídeo será de entre 60 y 120 segundos y en él los estudiantes deberán dramatizar, haciendo uso de la comunicación no verbal, para comunicar un mensaje. La grabación se llevará a cabo fuera del aula.

Sesión 11 – Tráiler

24. Visionado de los vídeos realizados y coevaluación de los compañeros.

Sesión 12 – Atenuación y gestión de turnos

25. Lluvia de ideas y explicación sobre la gestión de turnos y la atenuación. Una vez se ha reflexionado sobre estos aspectos, el profesor explicará ambos conceptos dando una serie de indicaciones sobre su uso correcto.

26. Actividad: A continuación, se muestra un vídeo de malas prácticas en debates y se les pide a los estudiantes que las identifiquen. A continuación, en parejas, deben cambiar esas malas prácticas por otras que crean más adecuadas para un debate. Las conclusiones se compartirán entre toda la clase. Vídeo – malas prácticas en debate: [ver enlace](#)

27. Actividad: Los estudiantes deberán escribir, con lo visto en el aula, estrategias positivas y negativas en el uso de la atenuación.

28. Actividad: Para esta actividad se formarán grupos de seis estudiantes. Deberán leer el texto marcado y elegir al culpable de la muerte de la mujer. Con esta actividad se persigue desarrollar la capacidad para llegar a un consenso con todos los participantes de la dinámica.

Sesión 13 y 14 – Preparación para el debate

29. Actividad: Para comenzar con el trabajo del debate el profesor les dará una serie de preguntas sobre las que los estudiantes deberán investigar y reflexionar. La clase se dividirá en dos grandes grupos: el grupo 1, que se centrará en los aspectos negativos y las problemáticas de los asuntos marcados y el grupo 2, que defenderá los positivos. Para ello la realización de la investigación la sesión se llevará a cabo en el aula de informática, haciendo uso, si fuera necesario, de internet para completar su información. Las ideas principales que se recojan en las sesiones de investigación deberán quedar reflejadas en el portafolio final. Para esta actividad se les dejarán dos sesiones, ya que se espera que hagan una búsqueda exhaustiva sobre los diferentes temas propuestos.

Sesión 15 – Debate

30. En esta segunda sesión se llevará a cabo el debate. Antes de realizarlo el profesor recordará las buenas prácticas discursivas, como la gestión de turnos, la atenuación y el respeto por la opinión del otro. Todos los estudiantes deberán participar mostrando su opinión. Para la correcta realización habrá un estudiante que ejerza de mediador. Al finalizar cada uno de los puntos se deberá llegar a un acuerdo común sobre lo conversado.
31. Autoevaluación: se hará una pequeña autoevaluación de forma conjunta en la clase y de forma individual entre los estudiantes. La autoevaluación individual quedará recogida en el portafolio final.

6.3 ANEXO 3: RÚBRICA DE EVALUACIÓN FINAL

ITEM	%	4 Muy bien	3 Bien	2 Regular	1 Mal
Participación de cada miembro.	10 %	Participa activamente en las tareas.	Participa en la tarea, aunque se evade con facilidad. Responde de forma positiva a las llamadas de atención.	Participa de forma intermitente. No responde siempre a las llamadas de atención.	No participa en las tareas o acapara todo el trabajo y no deja trabajar a los demás.
Responsabilidad dentro del grupo.	10 %	Todos los integrantes comparten responsabilidad por igual.	La mayor parte de los miembros comparten responsabilidad.	La mitad de los integrantes comparten responsabilidad.	Solo un integrante tiene la responsabilidad.
Calidad de la interacción	10 %	Hablan y comparten ideas por igual. Todas las ideas son válidas.	Hablan y comparten ideas, pero hay miembros superiores a otros.	Hay un claro líder del grupo con superioridad ante el resto. No se escucha las opiniones de los demás.	No hay interacción entre ellos o es de mala calidad. No hay acuerdos ni escucha a algunos miembros del grupo.
Colaboración	10 %	Colaboran entre sí de forma eficiente.	La mayoría de los grupos colaboran entre sí.	Solo la mitad de los grupos colaboran.	Solo dos grupos colaboran.
Relación del trabajo con la teoría de clase	25 %	Muestra relación y aplicación de la teoría vista en clase tanto contenidos de lengua como de literatura.	Muestra algunos elementos vistos en clase, pero a veces no sabe aplicarlos o relacionarlos correctamente.	Los contenidos que aparecen están mal relacionados y no se aplican en el trabajo.	No sabe relacionar los contenidos de la clase.
Relación de los contenidos con el libro.	5 %	Refleja haber leído el libro. Muestra varios aspectos generales y específicos.	Hay características del libro reflejadas, pero sin entrar en detalles específicos. Nombra entre cuatro y seis aspectos generales. Quizás, uno o dos específicos.	No hay gran relación con los contenidos del libro. Solo nombra uno o dos aspectos generales.	No hay apenas relación con los contenidos del libro.
Búsqueda extra de información	10 %	Realiza un trabajo de investigación en profundidad para conseguir información.	Hay un pequeño trabajo de búsqueda de información extra.	Búsqueda básica en Internet para desenvolver la tarea.	No amplían con otros medios, ni hay trabajo de investigación.
Creatividad	5%	Resuelven la tarea de forma creativa, añadiendo elementos no nombrados por el profesor.	Usan la creatividad para desenvolver lo requerido por el profesor.	Se ciñen a lo requerido sin aportar demasiada creatividad.	Se ciñen exclusivamente a lo demandado por el profesor.
Ortografía, cohesión y adecuación.	5%	Comete entre 0 y 2 faltas de ortografía. El trabajo muestra cohesión y adecuación.	Comete entre 3 y 4 faltas. El texto muestra cohesión y adecuación.	Comete más de 4 faltas de ortografía o no muestra cohesión y adecuación en el trabajo.	Más de 4 faltas de ortografía y no hay cohesión y adecuación.
Calidad del trabajo final	10 %	Los contenidos están bien organizados y presentados. Respeta los plazos y muestra dominio sobre el tema.	En general está bien organizado y presentado, aunque algún aspecto podría mejorar.	Lo presenta en el plazo, pero hay varios aspectos a mejorar o falta algún apartado.	Lo entrega a destiempo o sin terminar.