

BREVE RECETARIO COMUNICATIVO

Comunicación eficaz docente

José Manuel Dopazo Mella. IES Maruxa Mallo. Ordes. xmdopazo@edu.xunta.gal
CFR Ferrol. Febreiro de 2025.

1. A AMPLÍSIMA MAIORÍA DAS PERSOAS FACEMOS AS COUSAS COMO PODEMOS CO QUE TEMOS:

Case ninguén fai as cousas por mal.

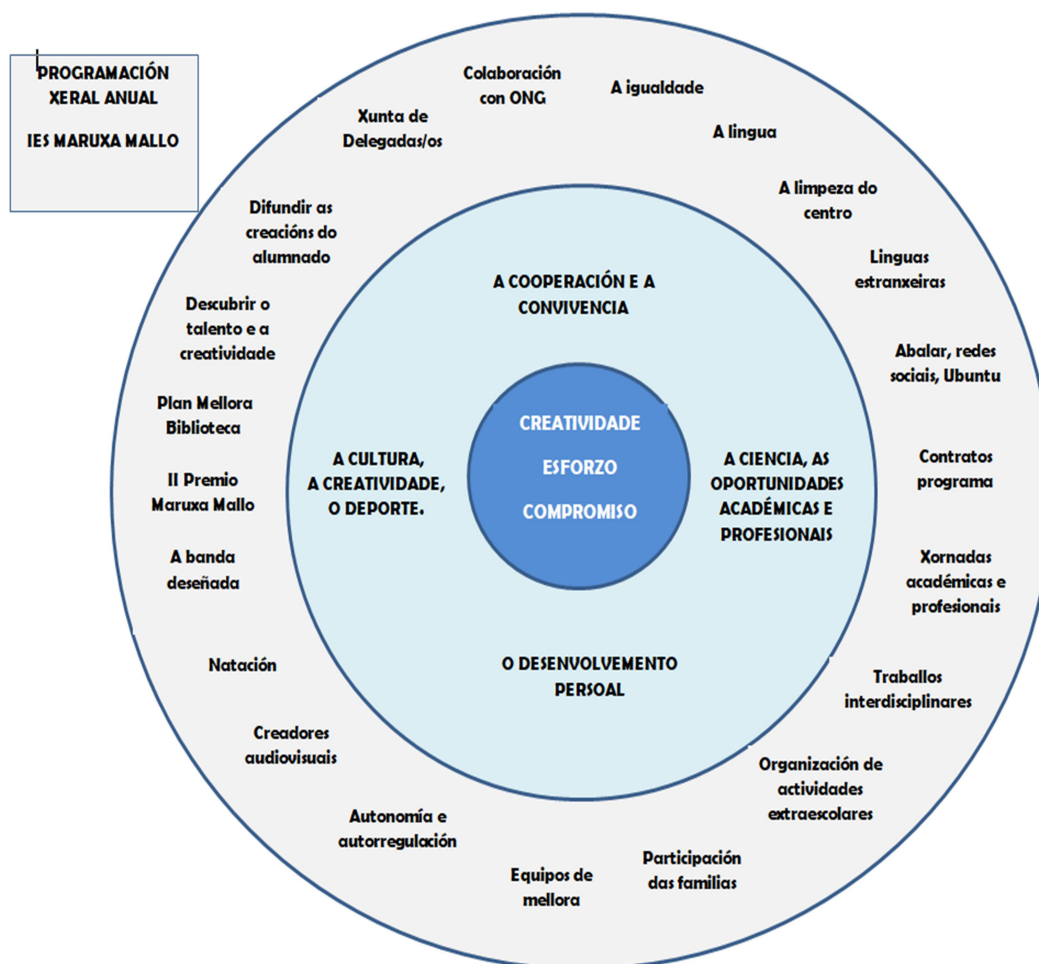
Nin sequera as persoas máis críticas e negativas.

Hai que saber que sucede realmente.

Escoitar primeiro.

Partir sempre de aí.

2. COMUNICAR DESDE O NÚCLEO:



Comunicación eficaz docente

José Manuel Dopazo Mella. IES Maruxa Mallo. Ordes. xmdopazo@edu.xunta.gal
CFR Ferrol. Febreiro de 2025.

3. VISUAIS, AUDITIVOS, KINESTÉSICOS:

Temos que detectar con que tipo de persoa estamos falando.

E cando falemos nunha reunión con varias persoas incluiremos no noso discurso tres tipos de elementos:

Visuais: para persoas que escoitan imaxes.

Gráficos, debuxos, esquemas.

Auditivos: para persoas que ven sons.

Mensaxes, palabras, discursos, notas.

Kinestésicos: para persoas que necesitan acción.

Sensorialidade, tacto, movemento.

4. O TON DE VOZ IMPORTA:

Todos os elementos que forman parte da entonación ofrecen significados.

Volumen.

Ton.

Ritmo.

Timbre.

Pausas.

Silencios.

5. O QUE SE ESCOITA, ESQUÉCESE (CASE TODO).

-Ofrezamos só a información clave.

-Agrupemos e ordenemos de forma lóxica esa información.

-Repitamos esa información.

-Despois, enviémola por escrito de forma breve, clara e sinxela.

(Se pode ir cun esquema, mellor).

-Se pode ser, pidamos que se empregue de forma práctica esa información (é a mellor maneira de conseguir que se recorde).

6. A IMPORTANCIA DO ESPAZO E DO MOMENTO.

Espazo:

- A luz.
- O tipo de mesa. A colocación das persoas na mesa.
- O tipo de cadeiras.
- A proxémica: a distancia entre as persoas.
- A temperatura.

Tempo:

- A hora de comer.
- Non abordes conflitos a última hora.
- Non abordes conflitos os venres.

7. ESTRUCTURAS COMUNICATIVAS SINXELAS PARA COMUNICACIÓNS BREVES:

-ESTRUTURA SANDWICH:

- Empeza valorando algunha acción ou cualidade da persoa.
- Continúa falando do aspecto que queiras mellorar.
- Remata con expectativas positivas sobre a mellora.

-ESTRUTURA “DOCENTE AO MINUTO”:

Un discurso de un único minuto:

- Dicimos o que non nos gusta.
- Propoñemos de forma sinxela e concreta un cambio.
- Mostramos expectativas positivas sobre o cambio.

-ESTRUTURA “A PREGUNTA MILAGRE”:

-Imaxina que mañán cando te levantas todos os problemas dos que estamos falando desapareceron como se sucedese unha milagre. Como sería todo?

-Cando foi a última vez que te sentiches como se sucedese esa milagre?

-Que circunstancias te rodeaban daquela vez?

-Como podemos crear de novo esas circunstancias?

-ESTRUTURA “O DISCO RAIADO”:

Ante unha persoa que ofrezca argumentos peregrinos, non temos máis que repetir a nosa mensaxe, expresada de maneira sinxela e sucinta, unha e outra vez.

-ESTRUTURA “PEROGRULLO” OU “EMBUDO”:

-Dicimos unha obviedade coa que estará de acordo todo o mundo.

-A continuación, concretamos esa obviedade. Todo o mundo seguirá de acordo.

-Finalmente, introducimos a nosa tese. Como todo o mundo estaba de acordo coas ideas anteriores, tamén é probable que estea de acordo coa tese.

8. LINGUAXE POSITIVA:

En negativo	En positivo
Intentar	Conseguir
Problema	Desafío, reto
Debilidade	Oportunidade de mellora
Erro	Oportunidade de aprendizaxe
Debería	Debemos
Podería	Podemos
Sacrificio	Esfuerzo
Discutir	Dialogar
Enfrentar	Afrontar
Por que?	Para que?
Resígnome	Acepto, asumo
Imposible, complicado	Esixente, desafiante, complexo, novidoso

9. NON POÑAMOS ÁS PERSOAS Á DEFENSIVA:

Falemos claro, pero non ataquemos ás persoas.

Falemos de condutas, de accións, non de integridade persoal.

Evitemos sesgos e distorsións:

Sesgos e distorsións	Exemplo
Xeneralizacións	<i>Sempre chegas tarde.</i>
Hipérboles	<i>Este non se entera de nada.</i>
Negatividade	<i>Esto é un desastre. Todo vai mal.</i>
Abstracción	<i>Esa clase pórtase fatal.</i>
Impersonalidade	<i>Parece que algún están facendo algunhas cousas que crean malestar.</i>
Obligatoriedade	<i>Teño que facer. Teño que estar.</i>
Automatismos	<i>Esto non vai funcionar. Esto sempre se fixo así.</i>
Dúbidas	<i>Penso que a decisión que tomaches pode estar ben.</i>

E anulemos cada distorsión con preguntas indagatorias.

10. QUE AS PERSOAS SAIBAN QUE NON DEPENDEN DE TI, SE NON QUE TI DEPENDES DELAS:

Necesitas da súa axuda para conseguir obxectivos.

Ofreces a túa axuda para que consigan os seus obxectivos.

11. LINGUAXE CORPORAL: ELIMINA RUÍDOS, ELIMINA BARREIRAS:

-Elimina movementos e xestos que nos desconcentren.

-Elimina mobles entre ti e quen te escoita

A non ser que queiras marcar distancia.

-E se queres, emprega a posición VASE.

12. ÁS VECES, INSISTIR É PEOR:

Estás con una amiga, tu hijo, o un compañero de trabajo. Ambos tenéis opiniones sólidas - pero radicalmente diferentes-, sobre la ética de las corridas de toros, las causas del cambio climático, lo saludable que es ser vegetariano estricto, o si este invierno debes comprarte una nueva chaqueta.

Tú estás convencid@ de que razón y datos empíricos juegan de tu parte, y que la posición de tu amig@ está amparada por una mezcla de creencias y tozudez. Discutís, insistes, y utilizas todo tipo de argumentos lógicos para por lo menos sembrar la duda. Tu perseverancia logra crear incertidumbre, pero...¿consigues debilitar su convicción? Todo lo contrario. La refuerzas, y su contrarréplica se hace cada vez más vehemente. El malvado conejo de la duda sacó a relucir su magia...

Puedes imaginarte al padre dando instrucciones a su hijo adolescente, al fanático de Mac discutiendo con el fanático del PC, al químico argumentando sobre diluciones con el defensor acérrimo de la homeopatía, o leer interminables discusiones en los blogs cuando aparece el “debate” entre evolución y creacionismo. Tu insistencia haciéndote el pesado crea un contraproducente efecto rebote. Y eso, aunque logres generar cierta incertidumbre. La reacción más natural ante las dudas impuestas de manera externa, es la reafirmación y la defensa todavía más aireada de tus convicciones.

Esto que ya sabíamos, pero nunca hacemos caso, ha sido probado experimentalmente por los psicólogos David Gal y Derek Rucker de la Northwestern University. En un artículo científico [publicado recientemente en la revista Psychological Science](#), describen estos tres experimentos:

1- A la mitad de un grupo de 150 voluntarios les hicieron recordar experiencias que les habían hecho sentir muy inseguros de sí mismos, y a la otra mitad situaciones que habían reforzado su firmeza. Se trataba de generar un estado de confianza o de inseguridad. A continuación, les pidieron que explicaran lo convencidos que estaban del tipo de dieta que seguían (vegetarianos estrictos, semivegetarianos, o comiendo carne sin restricción), y que escribieran argumentos para defenderlo ante diferentes opiniones. Los miembros del grupo al que se le había inducido inseguridad escribieron textos más largos, invirtieron más tiempo en responder, y se mostraron más categóricos en sus afirmaciones.

2- En otro experimento, seleccionaron un centenar de estudiantes convencidos de que los Mac's son mucho mejores que los PC, y volvieron a inducir confianza o duda en la mitad de ellos. Luego hicieron dos subgrupos más, de manera que la mitad debían imaginarse convencer a un fanático de Windows, y la otra mitad a un usuario sin fuertes preferencias. En este segundo supuesto no encontraron diferencias, pero frente a un defensor a ultranza de Windows, los estudiantes seguros de sí mismos utilizaban menos palabras y tiempo para defender al producto Apple que los de confianza debilitada. La convicción que percibes en tu adversario intelectual es importante para escorarte todavía más hacia tus creencias.

3- En una tercera prueba, a 88 estudiantes les pidieron redactar sus opiniones sobre la experimentación con animales, pero la mitad de ellos debía hacerlo con la mano que no eran

Comunicación eficaz docente

José Manuel Dopazo Mella. IES Maruxa Mallo. Ordes. xmdopazo@edu.xunta.gal
CFR Ferrol. Febreiro de 2025.

diestros (otra técnica utilizada en psicología para inducir pérdida de confianza). De nuevo, los voluntarios utilizando la mano contraria reconocieron sentirse un poco más inseguros con sus ideas, pero a pesar de la incomodidad, escribieron textos más largos y fueron significativamente más persuasivos.

La conclusión de los tres experimentos concuerda en que las personas cuya confianza en sus creencias se ve amenazada, responden defendiéndolas con mucha más energía que aquellas en que nada ni nadie ha intentado minar su seguridad. Más allá de las flaquezas del estudio, o todos los matices que le podamos objetar, reflexionar sobre ello tiene un punto revelador.

La duda es perturbadora. Nos desestabiliza, y no queremos vivir con ella bajo ningún concepto. Nos cuesta horrores aceptarla. Sí podemos asumirla racionalmente, pero es como estar a dieta y sentir hambre; nos deja inquietos y con ánsia de respuestas que nos devuelvan la tranquilizadora seguridad. Y por desgracia, el camino más rápido y fácil para vencerla es volver de manera dogmática hacia las propias convicciones. Qué malévolos es el conejo de la duda...

Pere Stupinya, “No insistas que es peor”, 2010.

13. DESMONTANDO FALACIAS ARGUMENTATIVAS:

Manual de retórica parlamentaria

Fernando Vilches (ed.)

Madrid, Asamblea de Madrid, 2007

“Las falacias son aquellos argumentos no deductivos que se usan pretendiendo la misma fuerza de los argumentos deductivos. En las falacias la verdad de las premisas no logra garantizar la verdad de la conclusión” (p. 147).

Lo importante a la hora de explicar una falacia no es sólo mostrar que *eso no es así*, sino intentar fundamentar por qué razón las premisas no garantizan la conclusión. Si bien en muchas ocasiones la ocurrencia de falacias está ligada a un interés por mentir, también muchas veces se cometen por descuido o por falta de cuidado en la reflexión.

1. FALACIAS INDUCTIVAS:

Se dan cuando las premisas no resultan pertinentes para probar la conclusión.

1.1. Secundum quid:

Es el principio de la generalización insuficiente. De un solo ejemplo se pasa a la generalización.

P. ej.: *porque exista un político corrupto, no se sigue que todos los políticos lo sean.*

Comunicación eficaz docente

José Manuel Dopazo Mella. IES Maruxa Mallo. Ordes. xmdopazo@edu.xunta.gal
CFR Ferrol. Febreiro de 2025.

1.2. Dictio simpliciter:

Es una generalización insuficiente para rehusar las excepciones.

P. ej.: *afirmar que eres rico por el hecho de ganar 6000 euros al mes, y sin tener en cuenta la circunstancia de que tienes ocho personas a tu cargo.*

1.3. Accidente:

Consiste en aplicar una regla general a un caso particular en el que las condiciones accidentales son una excepción a la regla; consisten en inferir de condiciones excepcionales una regla general¹.

P. ej.: *Que, de cada cinco personas que nace, una nazca en China, no significa que todos aquellos que tienen cinco hijos tengan uno que es chino.*

1.4. Accidente inverso:

Ocurre cuando consideramos como verdadero en general algo que sólo es verdad en ciertos casos particulares. (Caen en esta falacia cierto tipo de razonamientos inductivos. Los razonamientos inductivos siempre pueden fallar al pasar de la verdad de las premisas a la verdad de la conclusión. Sin embargo, una buena inferencia inductiva puede hacernos pensar que una determinada conclusión posiblemente sea cierta).

P. ej.: *Del hecho de que muchos adolescentes consuman alcohol en exceso no se deduce que todos los adolescentes consumen alcohol en exceso.*

1.5. Estadística ex post facto:

Rechaza el azar como modo de explicación.

¹ Una *regla absoluta* vale para todo individuo en toda ocasión; una *regla general* vale para todo individuo pero sólo en circunstancias normales.

1.6. Falsa analogía:

Es una inducción débil.

P. ej.: *Los gobiernos son como violines: se toman con la izquierda y se tocan con la derecha.*

2. FALACIAS DE PERTINENCIA:

Son aquellas inferencias que no proceden por alguna de las causas que se aducen a continuación.

2.1. Apelación a la fuerza (*ad baculum*):

Ocurre cuando se abandona toda razón para fundamentar algo y se pasa directamente a la alusión más o menos velada de que tal cosa debe hacerse porque quien tiene el poder para sancionar lo hará si eso no se hace. Es decir, no hay argumento a favor, sino una amenaza contra quien use un argumento en contra. Se utiliza la fuerza o presión como medio de persuasión.

2.2. Argumento contra el hombre (*ad hominem*):

Es un ataque personal directo. Cuando no se puede controlar el argumento del adversario se ataca con este argumento resaltando el interés personal que tiene el adversario en lo que dice. No se atacan los argumentos del oponente, sino las características personales del que argumenta. Muchas veces, incluso, ocurre que se señala que lo que alguien dice es falso sólo porque, si fuera verdadero, él sacaría una ventaja de ello

P. ej.: *Ponéis la seguridad social en peligro como hizo Pinochet en Chile.*

Falacia del espantapájaros: (relacionada con lo anterior) ocurre cuando se reconstruye un argumento opuesto y se combate contra sus razones más débiles creyendo con eso haber desmantelado todo el argumento. Incurriría en esa falacia quien sostuviera: *¿Qué puede llevar a que alguien se oponga a la venta de las empresas públicas? Sin duda*

Comunicación eficaz docente

José Manuel Dopazo Mella. IES Maruxa Mallo. Ordes. xmdopazo@edu.xunta.gal
CFR Ferrol. Febreiro de 2025.

que hay un altísimo componente de nostalgia porque todos hemos crecido en un país orgulloso de sus empresas públicas. Pero madurar implica dejar atrás la nostalgia y tener una visión realista de la vida. La nostalgia no nos va a ayudar a sacar adelante el país y la venta sí.

2.3. Argumento por la ignorancia (ad ignorantiam):

Ocurre cuando la única razón que se da para afirmar algo es que no existe todavía una prueba en contrario, o porque es imposible establecerla. Se afirma la veracidad de una opinión por el hecho de que no se puede demostrar que es falsa.

2.4. Argumento ad populum:

Un argumento será bueno porque todos lo piensan así, es una apelación a la opinión pública, a la creencia popular. *Puesto que un gran número de personas piensan una cosa, algo no es falso, porque si se equivoca una persona no se puede equivocar todo el mundo.*

2.5. Apelación a la piedad (ad misericordiam, ad odium):

Al utilizar este argumento se apela a la piedad, a la simpatía o al odio para sustentar una opinión. La razón se ve suplantada por la emoción.

2.6. Apelación a la emoción (ad emotionem):

Ocurre cuando en vez de presentar verdaderas pruebas para garantizar lo que se quiere concluir, lo que se hace es movilizar al interlocutor por medio de la sensibilidad.

Ejemplo: *Hemos apoyado esta medida porque nos parece que el país exige de todos una muestra de entrega y de patriotismo.*

Muchas veces se enjuicia negativamente a un supuesto opositor a lo que decimos, como paso de evitar que alguien tome esa alternativa: *Sólo alguien que no estuviera comprometido con el bienestar de la gente y del país podría negarse a votar esta ley.*

Comunicación eficaz docente

José Manuel Dopazo Mella. IES Maruxa Mallo. Ordes. xmdopazo@edu.xunta.gal
CFR Ferrol. Febreiro de 2025.

2.6. Argumento de autoridad (*ad verecundiam*):

Una apelación inapropiada a la autoridad científica o a la notoriedad para argumentar en otro ámbito. Se comete esta falacia cuando se toma como garantía o bien la opinión de alguien no calificado en el tema o cuando se acude a alguien profesionalmente adecuado, pero que puede dar una opinión sobre un asunto en controversia en su áreas de estudio o en su ámbito de actuación.

(Es frecuente en publicidad encontrar que se propone que determinado producto es bueno sólo porque alguien famoso lo dice. O que tal opinión es la correcta porque es de tal o cual presentador de radio o televisión. Otra variante es la apelación a rumores o a fuentes anónimas).

2.7. La petición de principio (*petitio principii*):

Es el argumento utilizado cuando la conclusión está ya contenida implícitamente en la premisa: es un razonamiento circular. Las premisas están expresadas de tal manera que dicen lo mismo que la conclusión. Se trata de una falacia porque no explica nada. Es como si se dijera: si tal cosa ocurre entonces tal cosa ocurre.

Ejemplo: *un buen libro siempre es bueno para el alma, porque el espíritu siempre se beneficia con la buena literatura.*

2.8. Causa falsa (*non causa pro causa / post hoc ergo propter hoc*):

Consiste en confundir el efecto con la causa o en identificar X como causa de Y, porque el elemento X está colocado antes de Y.

Ocurre porque, cuando ciertas cosas se dan juntas, o una seguida de la otra, asumimos que una es causa de la otra, sin atender a otras posibles causas. Suelen darse encadenaciones fantasiosas de causas.

Ejemplo: *Del hecho de que pueda probarse que en los lugares donde hay más alta tasa de natalidad hay mayor cantidad de cigüeñas no puede deducirse que la causa de ello sean, precisamente, las cigüeñas.*

Comunicación eficaz docente

José Manuel Dopazo Mella. IES Maruxa Mallo. Ordes. xmdopazo@edu.xunta.gal
CFR Ferrol. Febreiro de 2025.

Dentro de esta categoría pueden incluirse las falacias que consisten en creer que, dada una relación causal, si es verdad la consecuencia, entonces lo es la causa. Es que la consecuencia es una condición necesaria para que haya ocurrido la causa, pero no es una condición suficiente. Esto es porque la consecuencia se puede deber a otras causas.

Ejemplo: *Si se comen sustancias nocivas, se tendrá un malestar. Por tanto, si se tiene malestar es que se han comido sustancias nocivas.*

2.10. Pregunta compleja (*plurium interrogationum*):

Encierra un argumento que postula una cuestión sobre la base de una respuesta a una preestablecida y enmascarada.

Por ejemplo: *¿Ha dejado de maltratar a su hijo?* Si contesta no, es que continúa haciéndolo, si contesta afirmativamente, es que lo ha maltratado en algún momento.

2.11. Conclusión no pertinente (*ignorantia elechi*):

Este término se utiliza para designar otro tipo de falacias de pertinencia que no caigan dentro de las clasificaciones anteriores:

-No probar las conclusiones desviando la cuestión y utilizando valores aceptados por todos:

Es necesario apoyar este paquete de medidas económicas porque es necesario tomar una serie de medidas para mejorar la economía, reducir el déficit fiscal y generar trabajo.

-Afirmaciones gratuitas para las que no se aportan pruebas o razones.

Comunicación eficaz docente

José Manuel Dopazo Mella. IES Maruxa Mallo. Ordes. xmdopazo@edu.xunta.gal
CFR Ferrol. Febreiro de 2025.

-Entre dos alternativas rechazar una de ellas y considerar que, de esta manera, la otra queda ya afirmada.

3. FALACIAS DE AMBIGÜEDAD:

3.1. La falsa dicotomía:

¿Estás con nosotros o contra nosotros? No estás con nosotros, luego están contra nosotros.

3.2. El equívoco:

Ocurre cuando la palabra tiene más de un significado y se pasa de un sentido en las premisas a otro en la conclusión.

La felicidad es el fin de la vida. El fin de la vida es la muerte. Luego la felicidad es la muerte.

3.3. Anfibología:

Ocurre cuando se utilizan enunciados cuya construcción gramatical imperfecta da lugar a dobles sentidos o los vuelve ambiguos.

3.4. Acento:

Ocurre cuando a partir de darle más peso a algunas palabras del enunciado se sacan conclusiones que no se darían si se consideran las mismas palabras de otra manera.

3.5. Composición:

Comunicación eficaz docente

José Manuel Dopazo Mella. IES Maruxa Mallo. Ordes. xmdopazo@edu.xunta.gal
CFR Ferrol. Febreiro de 2025.

Ocorre cuando se afirma sobre el todo lo que sólo es cierto de las partes, o cuando se atribuyen propiedades de ciertos elementos a una colección que contiene esos elementos.

Que una persona de esta empresa sea responsable no quiere decir que la empresa sea responsable.

3.6. División:

Al contrario que la composición, ocurre cuando a las partes se le adjudican las propiedades del todo, como si el todo fuese una simple sumatoria de las partes.

Que esta empresa sea responsable no quiere decir que todos sus trabajadores sean responsables.