

- b. Los españoles no son los máximos consumidores de chocolate. Si el consumo de chocolate está vinculado a la búsqueda del placer, ¿significa que los españoles no son felices? ¿Qué piensas sobre el nivel de satisfacción de los españoles respecto a su vida? ¿Qué percepción crees que tienen de sí mismos? ¿Crees que están satisfechos? Expresa tu opinión y contrástala con tus compañeros.
- c. Ahora, lee el siguiente texto y corrobora vuestras hipótesis.

EN BUSCA DE LA FELICIDAD

Los españoles se acercan a los europeos más felices, según los indicadores de Eurostat (2011). El nivel de satisfacción de los españoles se sitúa en un nivel cercano al de los países nórdicos y centroeuropeos, a pesar de que en estos estados el PIB por habitante es un 30% superior.

Según esta encuesta, el nivel de satisfacción de los españoles con su vida es de 7,5/10, por encima de la media de la Unión Europea (UE), que es de 7,1. Esto posiciona a España como el séptimo país de los 28 que conforman la Unión Europea. Eurostat mide el nivel general de calidad de vida teniendo en cuenta el PIB, así como otros indicadores: equidad, desempleo, esperanza de vida, abandono escolar temprano, capacidad para afrontar gastos inesperados, tasa de homicidios, brecha de género en salarios, calidad ambiental y nivel de satisfacción con la propia vida.

Por otro lado, una encuesta de Adecco pone de relieve que el desempleo en España es para 9 de cada 10 parados una barrera para la felicidad. Pero, a pesar de todo, los españoles consideran que la felicidad depende de otros factores. Por encima de la remuneración, en primer lugar, los trabajadores valoran aspectos como disfrutar del trabajo que se realiza y, en segundo lugar, un buen ambiente laboral.

La calidad de vida de los españoles se ve también influida por la alta esperanza de vida, con una media de 82,5 años (80,3 en el conjunto de Europa),

y una de las tasas más bajas de homicidios (0,8 por cada 100 000 habitantes).

Por el lado negativo, además del paro, España registra la tasa más alta de abandono escolar temprano (24,9%, casi el doble que el 12,7% europeo), y encima una fuerte desigualdad entre las rentas más altas y las más bajas (7,2 frente al promedio europeo de 5,1).



- d. Lee el apartado “Estructurar la información (I)” de la sección Recursos gramaticales y señala los marcadores utilizados en el texto para estructurar la información. Busca equivalentes en tu idioma.

2.6. Recursos gramaticales

EXPRESAR OBLIGACIÓN Y NECESIDAD

■ Sin especificar el sujeto

- *Hay que* + INFINITIVO es la fórmula más utilizada. Permite expresar la necesidad de que se haga algo en una situación dada. Tiene un valor general, no se aplica a ningún sujeto en particular. Usamos *hay* para hablar del presente, mientras que en los demás tiempos se usa la forma correspondiente de *haber* en 3.ª persona del singular:

Hay que señalar que, en 1990, Valor realiza la mayor inversión de su historia.

- *Necesitar* (IMPERSONAL); *hacer falta*; *ser necesario* + INFINITIVO (o + SUSTANTIVO) son de uso frecuente para expresar la necesidad de hacer algo, de tener que contar con algo o con alguien:

Se necesita personal.

En aquella situación hizo falta innovar en la elaboración de nuevos productos.

Era necesario cambiar la estrategia de comercialización para introducirse en el mercado internacional.

- *Ser preciso* / *ser menester* + INFINITIVO se utilizan en un contexto culto. *Ser menester* tiene, además, cierto carácter arcaico:

Para la empresa era menester implantar un sistema totalmente automático.

Fue preciso adaptarse a las necesidades y nuevos deseos de los consumidores.

■ Con un sujeto específico

- *Necesitar* se utiliza seguido de INFINITIVO cuando el sujeto de los dos verbos es el mismo:

La empresa necesita elegir las mejores materias primas para cuidar la calidad de sus productos.

Se utiliza seguido de *que* + SUBJUNTIVO cuando el sujeto de los dos verbos es diferente:

Chocolates Valor necesitaba que otros países compraran sus productos para rentabilizar la inversión en la modernización de sus instalaciones.

- *Deber* + INFINITIVO expresa la obligación de hacer algo. No hay que confundir esta estructura con *Deber de* + INFINITIVO, que expresa probabilidad:

Debemos diversificar nuestra actividad con la creación de nuevas marcas.

- *Tener que* + INFINITIVO expresa una obligación dando a entender que es una obligación motivada por la situación y no por el hablante:

Tras su ampliación, tuvo que dejar de vender directamente al cliente.

a. Completa con la forma adecuada en infinitivo o subjuntivo.

1. Opinaban que había que (evitar) relacionar chocolate y placer.
2. Chocolates Valor no necesitaba que se (implantar) una nueva fábrica en otro país.
3. Chocolates Valor necesita (ampliar) su actividad en Asia.
4. Hace falta (renovar) la maquinaria cada cinco años.

ESTRUCTURAR LA INFORMACIÓN (I)

- Para favorecer la coherencia del discurso y especialmente la cohesión del mismo, utilizamos distintos marcadores.
 - Marcadores de apertura: *en primer lugar, por una parte, por un lado.*
 - Marcadores de continuidad: *en segundo lugar, por otra parte, asimismo, igualmente, del mismo modo.*
 - Marcadores de cierre: *por último, en último término, finalmente.*

- Para hablar de las distintas etapas del desarrollo temporal de diferentes acciones en el discurso, usamos:

<i>al comienzo</i>	<i>en un primer momento</i>	<i>primero</i>
<i>al principio</i>	<i>en un segundo momento</i>	<i>luego</i>
<i>al final</i>	<i>en el último momento</i>	<i>después</i>

- Para dar una idea temporal aproximada se usan: *a comienzos de, a principios de, a mediados de, a finales de.*
- Para presentar una información que se refiere a un elemento del que los interlocutores están al tanto y que todavía no se había abordado se usan: *en/por lo que se refiere a, en/por lo que atañe/conciérne/ respecta a, respecto de, con respecto a, en cuanto a, en lo tocante a, a propósito de, en relación con.*
- Para hablar de cosas oídas o dichas por otros, o para descargarse de responsabilidad por lo dicho, se introduce la información mediante las expresiones: *dicen que, parece (ser) que, al parecer, por lo visto, según dicen/cuentan, según afirma + SUJETO, según/para + SUJETO.* No obstante, por su ambigüedad, son fórmulas no recomendables en un medio profesional.
- Para unir dos partes del discurso con la misma orientación argumentativa se usan marcadores como *además, encima o incluso*:
 - *Además* permite añadir un elemento nuevo que no se considera decisivo en el relato:
Ha aumentado la venta al detal: grageas, barritas, bombones y, además, tabletas pequeñas.
 - *Encima* introduce un elemento nuevo que refuerza el argumento del hablante y que tiene en muchas ocasiones un matiz de queja o de disgusto (*además* no tiene ese carácter negativo):
No han realizado cambios estructurales en la empresa y encima se quejan de la caída de las ventas.
 - *Incluso* añade a una argumentación un elemento que podría estar excluido por algún motivo:
Toda la familia de tu madre e incluso la mayor parte de la suya trabajaban en Valor.
- Para recapitular se usan marcadores como *en suma, en conclusión, en definitiva, en fin, al fin y al cabo*:
En definitiva, aumenta la gama de productos con la línea “Crocan”.

PEDIR OPINIÓN

Para pedir opinión podemos utilizar las siguientes estructuras:

- Con SUBJUNTIVO
 - *¿Tú qué piensas / opinas + de que + SUBJUNTIVO?:*
¿Qué opinas de que hayan decidido abrir nuevas chocolaterías?
 - *¿Qué te parece + lo de que + SUBJUNTIVO?:*
¿Qué te parece lo de que hayan adquirido nuevas marcas?
- Con INFINITIVO o SUSTANTIVO
 - *¿Tú qué piensas / opinas + de lo de + INFINITIVO o SUSTANTIVO?:*
¿Tú qué piensas de lo de vender nuevos productos además de chocolate?
¿Tú qué opinas de lo de la venta de nuevos productos además del chocolate?
 - *¿Qué te parece + lo de + INFINITIVO o SUSTANTIVO?:*
¿Qué te parece lo de impulsar la producción de bombones?
¿Qué te parece lo de la producción de bombones?

b. Elige la forma adecuada del verbo.

1. ¿Tú qué piensas de lo de obtenga / obtener un nuevo tipo de chocolate blanco?
2. ¿Qué te parece lo del nuevo anuncio / anuncie de esta marca?
3. ¿Qué opinas de que hayan comprado / la compra la fábrica de Ateca?
4. ¿Qué te parece lo de relacione / relacionar placer y consumo de chocolate?

c. Fijándote en la actividad anterior, explica cuándo utilizamos subjuntivo o infinitivo/sustantivo.

.....

.....

.....

