

Redacción y composición

Fases y planificación del texto

Clase 5

Introducción

La redacción de un texto no es un acto improvisado, sino un proceso que requiere planificación consciente para alcanzar claridad, coherencia y pertinencia comunicativa. Antes de redactar, es fundamental definir con precisión el propósito del mensaje —ya sea informar, persuadir o entretener— y el tipo de texto más adecuado para lograrlo. Esta fase inicial orienta todas las decisiones posteriores, desde la selección del vocabulario y el nivel de detalle hasta la estructura global del escrito. Una planificación adecuada permite que el texto responda a las expectativas del lector y cumpla de manera eficaz con su función comunicativa.

El proceso de producción textual se organiza en varias fases que guían al autor desde la generación de ideas hasta la revisión final. Cada etapa —planificación, redacción del borrador y corrección— cumple un papel esencial en la construcción de un escrito sólido y bien estructurado. Identificar las ideas principales, organizarlas de forma lógica mediante esquemas o mapas conceptuales, redactar con cohesión y precisión, y aplicar criterios de corrección son pasos que garantizan un producto final de calidad. En esta clase se abordarán los principios y estrategias de cada fase, con el fin de que los estudiantes desarrollen competencias para planificar y elaborar textos académicos y profesionales que comuniquen de manera clara, ordenada y efectiva.

Contenido

RDA1: Distinguir las características lógicas, léxicas y sintácticas de la redacción para la creación de textos en los que se evidencien cohesión estructural, coherencia lógica y unidad conceptual.

5. Fases y planificación del texto

La escritura de un texto efectivo exige comprender que cada palabra, oración y párrafo responden a una intención previamente definida. Por ello, planificar no solo consiste en decidir qué se va a decir, sino también cómo y para qué. Las fases de planificación, redacción y revisión permiten al autor avanzar de manera ordenada desde la concepción inicial hasta un producto final claro y convincente.

5.1 Principios para planificar según el propósito comunicativo

Planificar un texto implica mucho más que reunir ideas: significa tomar decisiones conscientes sobre qué se va a comunicar, a quién se dirige el mensaje, con qué objetivo y en qué formato. Este proceso inicial es determinante, pues de él depende que el escrito cumpla con su función comunicativa. La planificación no debe entenderse como un paso accesorio, sino como la base que orienta la redacción y que asegura coherencia, cohesión y adecuación. Cuando un autor escribe sin planificación, corre el riesgo de presentar un texto disperso, con repeticiones innecesarias, contradicciones internas o información irrelevante para el lector. En cambio, planificar desde el inicio permite establecer una ruta clara que guiará la construcción del discurso.

Uno de los principios fundamentales es la **identificación del propósito comunicativo**. Todo texto responde a una intención: informar, persuadir o entretener. Reconocer esta finalidad define la manera en la que se selecciona la información, el tono, el estilo y la organización de las ideas. No es lo mismo elaborar un informe académico que busca exponer datos verificables, que un artículo de opinión que pretende convencer al lector, o una narración que busca generar interés y disfrute. Cada propósito establece sus propias exigencias discursivas. Otro principio clave es la **definición del tipo y alcance del mensaje**, que evita divagaciones y asegura que el texto se mantenga enfocado en lo esencial. Un texto sin un alcance definido puede convertirse en una exposición superficial o, por el contrario, en un discurso sobrecargado que dificulta la comprensión.

Además, la planificación considera al **público lector**, sus características, conocimientos previos y expectativas. Este aspecto orienta la selección del vocabulario, el nivel de detalle y los ejemplos a utilizar. Por ejemplo, explicar un concepto científico a estudiantes de secundaria exige un tratamiento distinto al que se daría en un artículo para especialistas. El principio de adecuación al destinatario es, por tanto, inseparable del propósito comunicativo. Otro aspecto relevante es la coherencia interna: la planificación debe garantizar que todas las partes del texto estén alineadas entre sí y con el propósito definido, evitando contradicciones o desviaciones temáticas. Finalmente, se debe prever la organización lógica de las ideas, lo que implica decidir de antemano la secuencia en la que se presentarán los argumentos, ejemplos y explicaciones.

Para ampliar conocimiento sobre planificación y estructura de un texto, ingresar al siguiente link: <https://contentwriter.es/planificacion-de-la-estructura-del-texto/>

5.1.1 Identificación del propósito: informar, persuadir o entretener

Definir el propósito del texto es el punto de partida indispensable para planificar. Cuando se escribe para **informar**, la meta principal es transmitir datos y hechos de manera clara, objetiva y precisa. Este propósito demanda un tono neutral, una organización jerárquica de la información y el uso de fuentes confiables. Ejemplos de textos informativos incluyen reportajes periodísticos, informes académicos o manuales técnicos. En estos casos, cualquier opinión personal o recurso subjetivo puede restar credibilidad y desviar al lector.

En el caso de un texto que busca **persuadir**, la planificación debe centrarse en construir un discurso sólido que convenza al lector de una postura o lo motive a realizar una acción. Aquí la argumentación es esencial: se deben presentar evidencias, ejemplos y razonamientos que respalden la tesis central. El tono puede ser más enfático, incluso apelando a recursos emocionales, siempre que estos se integren de manera coherente con los datos y argumentos. Textos persuasivos son, por ejemplo, los editoriales, los discursos políticos o las campañas publicitarias. Una planificación deficiente en este tipo de textos suele dar como resultado argumentos débiles o en una falta de conexión con el lector.

En contraste, el propósito de **entretener** se orienta hacia el disfrute estético, la recreación o el interés narrativo. En este caso, el estilo debe ser creativo, dinámico y capaz de captar la atención del lector. Narraciones literarias, crónicas o relatos son ejemplos de textos con esta finalidad. La planificación en este caso implica decidir qué elementos narrativos se utilizarán, cómo se desarrollarán los personajes o cómo se mantendrá el interés a lo largo del relato. Aunque pueda parecer que el entretenimiento depende solo de la creatividad, una planificación adecuada evita que la historia se torne incoherente o que pierda fuerza narrativa.

Figura 1

Identificación con propósito

Informar

"El 45 % de los habitantes de la ciudad utiliza la bicicleta como medio de transporte, según el último informe de movilidad urbana publicado por el municipio. El estudio revela que este porcentaje se ha incrementado en un 10 % en los últimos cinco años, especialmente en zonas con ciclovías seguras. Además, se registró una reducción del 12 % en la emisión de dióxido de carbono gracias al mayor uso de este medio de transporte".

👉 Tono objetivo, datos verificables y fuentes confiables.

Persuadir

"Usar la bicicleta no solo mejora la salud, sino que también contribuye a reducir la contaminación ambiental. Cada kilómetro recorrido en bicicleta significa menos emisiones de gases que dañan nuestro planeta. Si quieres vivir en una ciudad más limpia y saludable, súmate hoy mismo a la movilidad sostenible. Tu decisión puede marcar la diferencia en el futuro de todos".

👉 Busca convencer, presenta razones y beneficios, tono enfático con llamado a la acción.

Entretener

"Martín pedaleaba cada mañana por las calles aún vacías de la ciudad. El aire fresco lo acompañaba mientras el sol iluminaba las ciclovías recién pintadas. A veces imaginaba que competía en una gran vuelta ciclista y que los transeúntes eran su público animándolo. Para él, la bicicleta no era solo un medio de transporte, sino la puerta de entrada a una aventura diaria".

👉 Narración creativa, estilo descriptivo y búsqueda de disfrute estético.

Nota. Sintetiza cómo la identificación de valores y metas personales orienta la definición de objetivos, la toma de decisiones y la priorización de acciones para asegurar coherencia entre propósito y resultados. Elaboración propia.

5.1.2 Definición del tipo y alcance del mensaje

Una vez establecido el propósito, el siguiente paso es definir el **tipo de texto** y el **alcance** del mensaje. El tipo de texto determina las convenciones formales que deben cumplirse. Por ejemplo, un ensayo exige introducción, desarrollo y conclusión; un instructivo requiere pasos ordenados; un artículo científico demanda secciones de metodología y resultados. Desatender estas convenciones puede afectar la claridad y credibilidad del escrito.

El **alcance del mensaje**, por su parte, marca los límites del contenido: qué temas se incluirán, hasta qué nivel de detalle se profundizará y qué aspectos se dejarán fuera. Esta definición ayuda a mantener el enfoque y a evitar que el texto se convierta en un compendio desordenado de ideas. Por ejemplo, si se elabora un informe sobre el impacto de la tecnología en la educación superior, es necesario decidir si se abordará de manera general o si se centrará en un aspecto específico, como el uso de plataformas virtuales o la inteligencia artificial. Definir el alcance implica también establecer la extensión del texto, lo que asegura que la información se presente con la profundidad necesaria sin exceder el tiempo o espacio disponible.

Entonces, planificar según el propósito comunicativo significa tomar decisiones estratégicas antes de redactar: identificar la finalidad del texto, seleccionar el tipo adecuado y delimitar el alcance del mensaje. Estos principios no solo orientan la redacción, sino que también garantizan que el producto final cumpla con su función de manera clara, coherente y efectiva.

Figura 2

Definición y alcance

Tipo de texto:

- Ensayo académico: exige introducción, desarrollo y conclusión.
- Instructivo: requiere pasos ordenados y secuenciales.
- Artículo científico: demanda secciones de metodología y resultados.

Alcance del mensaje:

Informe sobre el impacto de la tecnología en la educación superior.

- Alcance general: se analizan de forma panorámica los beneficios y retos de la tecnología en el ámbito universitario.
- Alcance específico: se centra únicamente en el uso de la inteligencia artificial en plataformas de enseñanza virtual.

Nota. Delimita con precisión el concepto, sus límites y condiciones de aplicación (qué incluye y excluye, población/ámbito, horizonte temporal y criterios de medición) para asegurar interpretaciones consistentes y comparables. Elaboración propia.

5.2 Generación y organización de ideas

El proceso de redacción no inicia directamente con la escritura de frases y párrafos; requiere una fase previa en la que el autor define, selecciona y organiza las ideas que darán forma al texto. Esta etapa es clave porque evita la improvisación y dota al escrito de una base sólida sobre la cual se construirá el discurso. Generar ideas implica abrir un abanico de posibilidades temáticas, enfoques y argumentos que luego serán filtrados y jerarquizados según el propósito comunicativo y el público al que se dirige. La organización, por su parte, garantiza que esas ideas no queden dispersas, sino que adquieran una secuencia lógica y coherente que facilite la comprensión.

En el ámbito académico y profesional, esta fase permite que los textos respondan a exigencias de rigor, claridad y pertinencia. Un estudiante que redacta un ensayo, por ejemplo, no puede limitarse a plasmar pensamientos sueltos; debe asegurarse de que cada idea cumpla una función dentro del argumento central. De igual modo, un profesional que redacta un informe necesita distinguir entre datos relevantes y secundarios, priorizando aquello que respalde sus conclusiones. Por estas razones, la generación y organización de ideas debe entenderse como un proceso reflexivo que combina creatividad, análisis y planificación estratégica.

5.2.1 Técnicas para la generación de ideas (lluvia de ideas, preguntas guía)

Entre las técnicas más utilizadas para producir ideas se encuentra la **lluvia de ideas**. Consiste en anotar de manera libre todas las posibles ideas relacionadas con un tema, sin juzgar de inmediato su pertinencia o calidad. Esta técnica fomenta la creatividad y permite que surjan conexiones inesperadas. Por ejemplo, al planificar un texto sobre comunicación digital, se podrían anotar términos como “redes sociales”, “emojicones”, “videollamadas”, “netiqueta” o “interacción asincrónica”. Una vez plasmadas, estas ideas se analizan, se depuran y se agrupan según su relevancia.

Figura 3

Lluvia de ideas



Nota. Técnica divergente para generar muchas ideas en poco tiempo sin evaluar; luego se agrupan, depuran y priorizan para seleccionar opciones viables. Adaptado de Comunicación Estratégica, de Autor no identificado, s. f., Pinterest (<https://www.pinterest.com/pin/3025924745378774/>). Licencia no especificada.

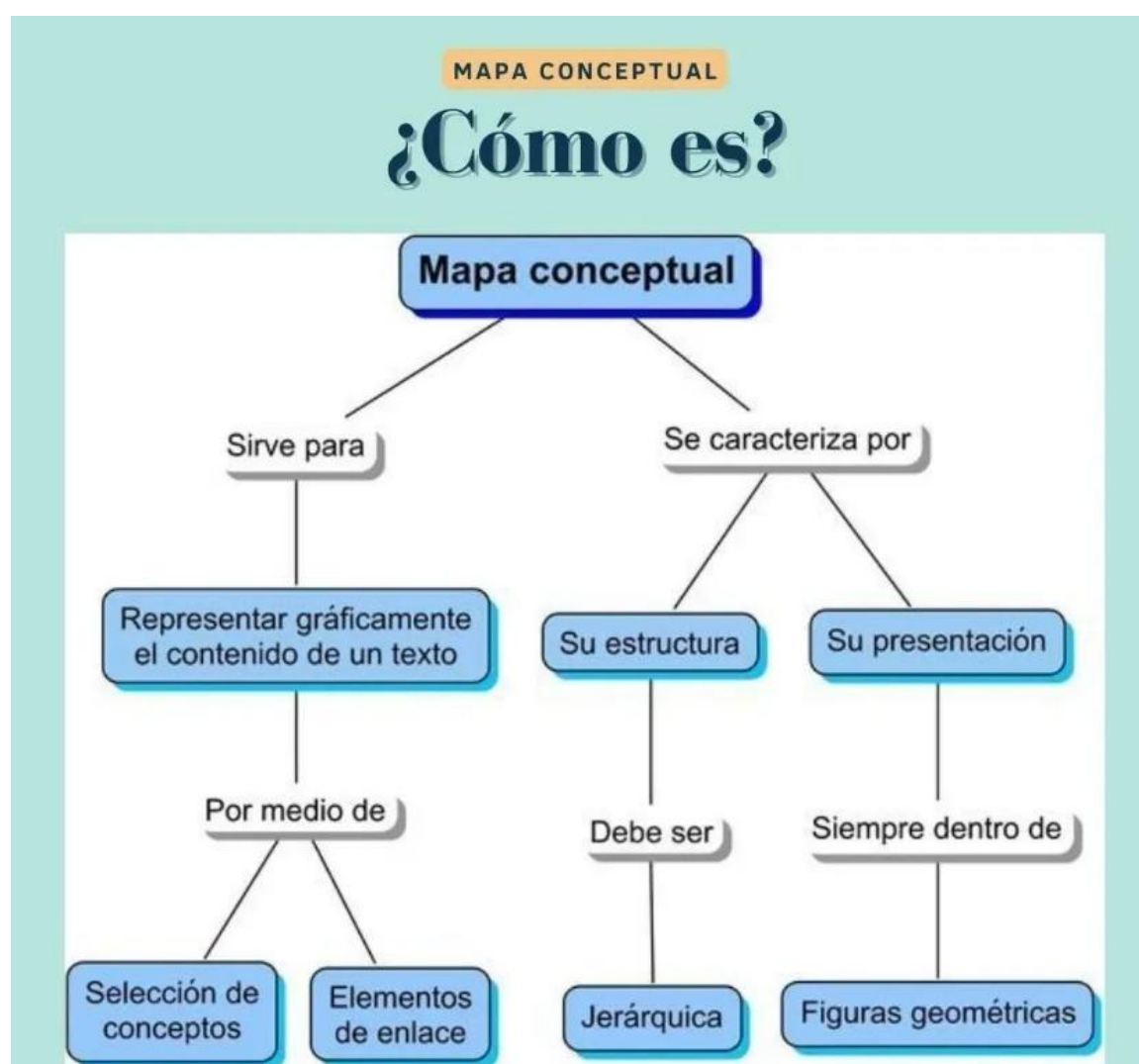
Otra estrategia eficaz son las **preguntas guía**, que ayudan a enfocar el tema y asegurar que no se omitan aspectos esenciales. Preguntas como ¿qué?, ¿quién?, ¿cómo?, ¿por qué?, ¿para qué?, ¿dónde? Y ¿cuándo? Permiten explorar el asunto desde diferentes ángulos. Si el texto se centra en el impacto de la inteligencia artificial en la educación, la pregunta “¿qué?”, obligará a precisar qué aplicaciones de IA se analizarán; “¿cómo?”, llevará a examinar de qué manera estas influyen en la enseñanza; y “¿para qué?”, ayudará a establecer la finalidad educativa de su implementación. Estas preguntas no solo estimulan la generación de ideas, sino que también orientan su pertinencia con respecto al propósito comunicativo.

5.2.2 Organización mediante mapas conceptuales y esquemas

Una vez que se han reunido ideas suficientes, el siguiente paso es darles estructura. En este punto resultan útiles herramientas como los mapas conceptuales, que permiten representar gráficamente las relaciones jerárquicas entre conceptos. A través de nodos y conexiones, el autor puede visualizar qué ideas son centrales y cuáles actúan como complementarias. Por ejemplo, en un mapa sobre “planificación del texto”, los conceptos principales podrían ser “propósito comunicativo”, “generación de ideas”, “redacción del borrador” y “revisión”, de los cuales se desprenden subtemas más específicos.

Figura 4

Mapa conceptual



Nota. Representación gráfica que organiza conceptos y sus relaciones jerárquicas mediante nodos y conectores; facilita la estructuración del conocimiento, la síntesis y la identificación de vínculos clave. Adaptado de *Relaciones Públicas*, de Autor no identificado, s. f., Pinterest (<https://www.pinterest.com/pin/139682025937820586/>). Licencia no especificada.

Los **esquemas** también desempeñan un papel crucial, especialmente cuando el objetivo es establecer una secuencia ordenada de ideas. A diferencia de los mapas, los esquemas suelen organizar la información en listas jerárquicas, con apartados y subapartados que facilitan la progresión lógica del contenido. Elaborar un esquema previo evita redundancias, ayuda a mantener un hilo conductor y permite al escritor comprobar de antemano si la estructura responde al propósito definido.

Tanto los mapas conceptuales como los esquemas ofrecen ventajas prácticas: hacen visible la lógica del texto, simplifican la toma de decisiones sobre el orden de las ideas y reducen el riesgo de desviarse del tema central. Estas herramientas, además, fortalecen la autonomía del escritor, pues le proporcionan un plan claro que sirve de guía durante la redacción. Cuando se aplican correctamente, convierten la organización de ideas en un recurso estratégico que incrementa la calidad, coherencia y claridad del producto final.

Puede revisar el siguiente link para clarificar el uso de mapas conceptuales: https://learningcenter-unc-edu.translate.goog/tips-and-tools/using-concept-maps/?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=es&_x_tr_hl=es&_x_tr_pto=tc

5.3 Redacción del borrador

Redactar un borrador es el paso en el que las ideas previamente organizadas se convierten en texto. Se trata de una versión inicial, flexible y abierta a cambios, cuyo objetivo principal es plasmar los contenidos sin detenerse en la perfección formal. El borrador cumple la función de “dar cuerpo” al texto: permite comprobar si la secuencia de ideas funciona, si la argumentación es sólida y si las conexiones entre los párrafos resultan claras. En esta fase, lo más importante es avanzar en la escritura, aunque sea de forma tentativa, ya que un texto escrito a menudo puede ser revisado y mejorado.

5.3.1 Construcción del texto atendiendo a coherencia y cohesión

La construcción del borrador exige que cada párrafo mantenga un tema central y que las oraciones dentro de él estén conectadas de manera lógica. Esto asegura la coherencia, es decir, la unidad de sentido. Al mismo tiempo, es necesario utilizar mecanismos de cohesión como conectores, referencias pronominales y repeticiones controladas, que enlacen formalmente las ideas. Por ejemplo, en un ensayo académico, un párrafo puede iniciar con una idea principal, continuar con ejemplos o evidencias y cerrar con una conclusión parcial que enlace con el siguiente párrafo. Esta secuencia proporciona fluidez y evita que el lector perciba saltos abruptos en el discurso.

5.3.2 Desarrollo del contenido con claridad y precisión

El borrador debe reflejar claridad en la exposición de ideas y precisión en el uso del lenguaje. La claridad se logra mediante frases directas, sin ambigüedades, y una estructura que respete el orden lógico de las ideas. La precisión implica elegir los términos adecuados, evitando palabras vagas o confusas. En textos académicos y profesionales, esta precisión es indispensable para transmitir credibilidad. Por ejemplo, al describir un fenómeno, no basta con decir que “fue importante”; se debe explicar por qué lo fue, con datos o descripciones específicas. Un borrador que combina claridad y precisión será más fácil de revisar y perfeccionar en la etapa posterior.

5.4 Revisión y corrección del texto

La revisión es la fase en la que el autor analiza críticamente el borrador para asegurar que el texto cumpla con sus objetivos. Este proceso incluye evaluar la estructura, el contenido, el estilo y la corrección formal. Revisar no es un acto mecánico, sino una tarea reflexiva que permite detectar debilidades y oportunidades de mejora. Al revisar, se responde a preguntas como: ¿el texto cumple con el propósito comunicativo? ¿Las ideas se presentan en un orden lógico? ¿El lenguaje es adecuado al público lector?

5.4.1 Aplicación de criterios de adecuación, coherencia, cohesión y corrección gramatical

Una revisión efectiva debe considerar cuatro criterios básicos. La **adecuación** verifica que el texto se ajuste al propósito y al público. La **coherencia** evalúa la relación lógica entre las ideas. La **cohesión** revisa los mecanismos formales que enlazan las partes del texto, como los conectores y la referencia pronominal. Finalmente, la **corrección gramatical** garantiza que no existan errores de ortografía, concordancia o puntuación. Aplicar estos criterios permite depurar el texto y darle solidez comunicativa.

5.4.2 Identificación y ajuste de errores de forma y sentido

El último paso consiste en detectar errores tanto de forma como de sentido. Los de forma abarcan aspectos ortográficos, tipográficos o de estilo, mientras que los de sentido se relacionan con ambigüedades, contradicciones o explicaciones incompletas. Para ello, es útil leer el texto en voz alta, emplear listas de verificación o recurrir a herramientas digitales de corrección. Este proceso no solo elimina fallos, sino que también mejora la claridad general y asegura que el producto final cumpla con estándares de calidad académica y profesional.

Figura 5. *Tips para una buena redacción*

7 TIPS PARA HACER UNA BUENA REDACCIÓN

PIERDE EL MIEDO A ESCRIBIR CON ESTOS SIMPLES CONSEJOS

1 ORDENA TUS IDEAS

Debes tener muy en claro qué es lo que quieres decir. Organízate haciendo un sencillo esquema con las ideas principales y secundarias del texto.

2 USA FRASES CORTAS

Escribe de forma sencilla, breve y concisa para que los lectores te entiendan, sobre todo si no tienes costumbre de escribir.

3 NO ABUSES DE LOS ADJETIVOS

Un adjetivo bien usado te ayudará a describir lo que quieres decir, le dará color a tu texto. Muchos adjetivos lo convertirán en una rimbombante compilación de palabras.

4 REVISA Y REVISA

Lee y vuelve a leer tu texto las veces que sean necesarias para detectar los errores ortográficos.

5 NO ESCRIBAS COMO HABLAS

La construcción del lenguaje hablado y del escrito son diferentes. Las frases no deben seguir el patrón de una conversación, sino el de una redacción.

6 USA PUNTOS Y COMAS

Puntuar correctamente es indispensable para que el lector pueda respirar y comprender. Además, te ayudará a organizar mejor tus ideas (concluir las, enumerarlas y/o explicarlas).

7 NO USES PALABRAS REBUSCADAS

Usar muchas palabras "cultas" no te hace ver más inteligente. Si no están integradas a tu vocabulario, puede que las uses mal o que el texto se vea forzado.



Nota. Sintetiza pautas prácticas para mejorar claridad, coherencia y corrección del texto (planificación, estructura, puntuación, léxico preciso, concisión y revisión iterativa). Adaptado de Título no especificado, de Autor no identificado, s. f., Pinterest (<https://www.pinterest.com/pin/149463281372477520/>). Licencia no especificada.

Referencias Bibliográficas

- Aranguren, M. (2019). *Cómo escribir una novela desde cero*. Ediciones Rialp S.A.
- Bal, M. (2014). *Teoría de la narratología: Una introducción a la narratología* (9a ed.). Cátedra.
- Barella, J. (2015). *La magia de las palabras en la escritura creativa*. Universidad de Alcalá.
- Bazán, E. (2019). *Eres lo que escribes: Bases para una redacción efectiva*. Penguin Random House.
- Capano, D. A. (2016). *Campos de la narratología: Teoría y aplicación*. Biblos.
- Di Marco, M. (2013). *Atreverse a escribir*. Canela.
- Eiras, et al. (2018). *Manual de lectura, escritura y oralidad académicas para ingresantes a la universidad*. Universidad de Quilmes.
- Glavey, L. (2017). *Guía de escritura creativa*. Saga Egmont.
- Gutiérrez, J. I. (2019). *Técnicas de interpretación y creación literarias*. Universidad de Las Palmas de Gran Canaria.
- Lara, M. A., & Argüelles Fernández, G. (2016). *Recetas para el misterio: Ensayos de escritura creativa*. Anthropos.
- Martín, G. (2020). *Curso de redacción, teoría y práctica de la composición y del estilo*. Paraninfo.
- Niño Rojas, V. (2014). *La aventura de escribir*. Ecoe.
- Salas, C. (2017). *Storytelling, la escritura mágica. Técnicas para hacer que te lean*. Mirada mágica SLR.
- Salmon, C. (2019). *Storytelling: La máquina de fabricar historias y formatear la mente*.

Urién, H. (2020). *El arte de contar bien una historia: 101 estrategias para el storytelling*. Alienta.

Vega Rodríguez, P. (2017). *Maravilloso y fantástico: Dos ámbitos de escritura*. Fragua.

Términos usados en la clase

Mapa conceptual: Representación gráfica que organiza y jerarquiza ideas mediante nodos y conexiones, mostrando relaciones lógicas entre conceptos y facilitando la planificación del texto.

Borrador: Versión inicial de un escrito que permite plasmar ideas y probar la secuencia de contenidos antes de la revisión y corrección final.

Recursos de profundización

Título del recurso: *Exceso de amplitud en el alcance del mensaje*

Descripción **del** **recurso:**

Este recurso analiza un caso en el que un texto carece de límites claros en su alcance, incluyendo demasiados temas que dificultan la comprensión y desvían la atención del lector. Se propone una reformulación que establezca un enfoque definido y manejable.

Desarrollo:

En un informe sobre educación universitaria se lee:

“El sistema educativo enfrenta múltiples desafíos: la falta de recursos tecnológicos, el desinterés estudiantil, la escasez de bibliotecas actualizadas, el aumento de la deserción, la poca capacitación docente, la infraestructura deteriorada, la falta de innovación pedagógica y la ausencia de políticas de inclusión.”

El texto mezcla distintos problemas sin jerarquizarlos ni establecer un límite de análisis, lo que impide profundizar en alguno de ellos.

Versión corregida:

“El presente informe aborda un aspecto específico de la educación

universitaria: la falta de capacitación docente en el uso de recursos tecnológicos. Se analizarán sus causas, consecuencias y posibles estrategias de solución.”

Conclusión:

Definir con claridad el alcance del mensaje permite concentrar la atención en un tema específico y tratarlo con la profundidad necesaria. Ampliar sin límites el contenido debilita la fuerza del texto y lo convierte en un listado disperso.

Título del recurso:

“Uso incorrecto del tipo de texto en un informe académico”

Descripción del recurso:

Este recurso expone un caso en el que un informe académico adopta un estilo narrativo anecdótico, lo que afecta su objetividad y credibilidad. Se propone una reformulación acorde a las convenciones formales del género académico.

Desarrollo:

En un informe de investigación se lee:

“Recuerdo que cuando visitamos la universidad, los estudiantes se quejaban mucho de la conexión a internet. Fue interesante escuchar sus historias y cómo algunos tenían que ir hasta cafeterías cercanas para conectarse.”

Aunque la narración resulta cercana, no cumple con la formalidad y objetividad que exige un informe académico.

Versión corregida:

“Durante las visitas realizadas a la universidad, se identificó como problema recurrente la deficiencia en la conexión a internet. Los estudiantes manifestaron dificultades para acceder a plataformas académicas, lo que les obligó en ocasiones a desplazarse a espacios externos para garantizar la conectividad.”

Conclusión:

Cada tipo de texto exige respetar convenciones específicas. En los informes académicos, la narración anecdótica debe sustituirse por descripciones objetivas, fundamentadas en observaciones o datos verificables, con el fin de preservar la credibilidad del documento.



La excelencia no se improvisa

síguenos

