

COMPETENCIA EN LENGUA CASTELLANA-N3

Laura Arroyo Martínez

2.ª edición

IDEASPROPIAS
editorial

Castellano

COMPETENCIA EN LENGUA CASTELLANA-N3

COMPETENCIA EN LENGUA CASTELLANA-N3

No está permitida la reproducción total o parcial de este libro, ni su tratamiento informático, ni la transmisión de ninguna forma o por cualquier medio, ya sea electrónico, mecánico, por fotocopia, por registro u otros métodos, sin el permiso previo y por escrito de los titulares del Copyright.

DERECHOS RESERVADOS 2015, respecto a la segunda edición en español, por

© Ideaspropias Editorial.

ISBN: 978-84-9839-558-7

Depósito legal: VG 76-2015

Autora: Laura Arroyo Martínez

Formato: 21 x 29,7 cm

Páginas: 182

Impreso en España

Ideaspropias Editorial ha incorporado en la elaboración de este material didáctico citas y referencias de obras divulgadas y ha cumplido todos los requisitos establecidos por la Ley de Propiedad Intelectual. Por los posibles errores y omisiones, se excusa previamente y está dispuesta a introducir las correcciones pertinentes en próximas ediciones y reimpressiones.

Castellano

N3

Castellano

N3

Castellano

N3

Índice

1.

Comunicación y lenguaje	006
1.1. Introducción	008
1.2. Elementos de la comunicación. Comunicación verbal y no verbal: signos y códigos	008
1.3. Lenguaje. Funciones del lenguaje e intención comunicativa	012
1.4. Contexto y situación comunicativa	015
1.5. Variedades sociales de la lengua: nivel culto, estándar, popular, vulgar y lenguajes específicos	016
1.6. Principios y normas de la interacción verbal en los diferentes ámbitos sociales	020
RESUMEN	023
COMPRUEBA LO QUE HAS APRENDIDO	024
SOLUCIONES	026

2.

Principios en el uso de la lengua castellana	028
2.1. Introducción	030
2.2. Estructura y niveles de la lengua	030
2.2.1. Nivel fónico, morfosintáctico y léxico-semántico	030
2.2.2. Forma y significado de las palabras	031
2.2.3. Relaciones semánticas entre las palabras	031
2.3. Categorías gramaticales. Tipos de sintagmas	032
2.3.1. Sintagma nominal: núcleo y modificadores. Sustantivo, adjetivo y pronombres	032
2.3.2. Sintagma preposicional	033
2.3.3. Sintagma verbal: tipos de verbos, conjugaciones, usos verbales en el discurso, valor de las formas no personales y perífrasis verbales	034
2.3.4. Sintagma adverbial: función y clasificación de los adverbios	039
2.4. Oración y funciones sintácticas	041
2.4.1. Sujeto	041
2.4.2. Tipos de complementos (directo, indirecto, circunstancial, etc.)	043
2.5. Tipos de oraciones	052
2.5.1. Simples	052
2.5.2. Compuestas	054
2.6. Procedimientos de cohesión textual	063
2.6.1. Repetición o recurrencia, identidad referencial, elipsis, deixis, progresión temática	063
2.6.2. Marcadores de adición, oposición, causalidad, localización espacial y temporal, ordenación u organización del discurso	065
2.7. Utilización del vocabulario en la expresión oral y escrita	067
2.7.1. Arcaísmos y neologismos	067
2.7.2. Préstamos y extranjerismos	067
2.7.3. Abreviaturas, siglas y acrónimos	068

3.

2.7.4. Sinónimos y antónimos	068
2.7.5. Homónimos	069
2.7.6. Palabras tabú y eufemismos	069
2.8. Uso de las reglas de ortografía	070
2.8.1. Aplicación de las principales reglas ortográficas	070
2.8.2. Utilización de los principios de acentuación: diptongos, triptongos e hiatos	074
2.8.3. Manejo de los signos de puntuación (punto, coma, dos puntos, punto y coma, raya, paréntesis, comillas, signos de interrogación y exclamación)	075
RESUMEN	081
COMPRUEBA LO QUE HAS APRENDIDO	082
SOLUCIONES	084

Discursos orales y escritos	086
3.1. Introducción	088
3.2. Texto o discursos. Características	088
3.3. Modalidad del discurso según su estructura y composición	089
3.3.1. Narrativos	089
3.3.2. Descriptivos	092
3.3.3. Expositivos	096
3.3.4. Argumentativos	099
3.3.5. Dialogados	101
3.4. Tipos de discursos según las funciones del lenguaje: apelativos, fáticos, expresivos, poéticos, informativos y metalingüísticos	103
3.5. Variedades del discurso según el contexto social y cultural	103
3.5.1. Textos de la vida cotidiana: narraciones o descripciones de experiencias	103
3.5.2. Textos propios de las ciencias: científico-técnicos, jurídico-administrativos, humanísticos o ensayísticos	105
3.5.3. Textos literarios: poesía, novela o teatro	109
3.5.4. Textos de los medios de comunicación: periodísticos o publicitarios	111
3.5.5. Textos electrónicos: correo, chats, blogs	117
RESUMEN	119
COMPRUEBA LO QUE HAS APRENDIDO	120
SOLUCIONES	122

4.

Desarrollo de habilidades lingüísticas en producciones orales	124
4.1. Introducción	126
4.2. Análisis y comentarios críticos de producciones orales correspondientes a distintos ámbitos (personal, profesional y sociocultural) presentados a través de medios audiovisuales	126

5.

4.2.1. Dialogadas: conversación, entrevistas, coloquios, debates y tertulias	126
4.2.2. Monologadas: narraciones, descripciones y exposiciones orales	129
4.3. Análisis del lenguaje oral utilizado en los medios de comunicación	130
4.3.1 Registros del lenguaje en televisión, radio, cine y publicidad	130
4.4. Intervención en tertulias y debates sobre temas de actualidad social, política o cultural. Intercambio y contraste de opiniones	133
4.4.1. Planificación y estructuración previas	133
4.4.2. Uso del lenguaje adaptado al contexto e intención comunicativa	133
4.4.3. Combinación de recursos expresivos verbales y no verbales	134
4.4.4. Desarrollo de actitudes respetuosas, reflexivas y críticas	134
RESUMEN	135
COMPRUEBA LO QUE HAS APRENDIDO	136
SOLUCIONES	138
Desarrollo de habilidades lingüísticas en producciones escritas	140
5.1. Introducción	142
5.2. Análisis de diferentes tipos de textos escritos: expositivos, narrativos, descriptivos, argumentativos o dialogados	142
5.2.1 Expositivos	142
5.2.2. Narrativos	144
5.2.3. Descriptivos	145
5.2.4. Argumentativos	146
5.2.5. Dialogados	147
5.3. Análisis y comentarios críticos de textos procedentes de diferentes contextos socioculturales, apoyándose en resúmenes y esquemas	149
5.3.1. Científico-técnicos, jurídico-administrativos, humanísticos o ensayísticos	149
5.3.2. Literarios	153
5.3.3. Medios de comunicación (cartas al director, columnas de opinión, mensajes publicitarios)	154
5.4. Composición de diferentes tipos de textos escritos, adaptándose a las características propias de cada género	155
5.4.1. Textos sobre la vida laboral y comunicación con instituciones (cartas de presentación, solicitudes, currículo)	155
5.4.2. Narraciones y descripciones de experiencias, hechos, ideas y sentimientos	159

5.4.3. Textos expositivos y argumentativos sobre la vida cotidiana, temas sociales, culturales, laborales o de divulgación científica	160
5.4.4. Textos propios de los medios de comunicación (cartas al director, columnas de opinión, mensajes publicitarios)	160
RESUMEN	161
COMPRUEBA LO QUE HAS APRENDIDO	162
SOLUCIONES	164

6.

Técnicas de búsqueda, tratamiento y presentación de la información	166
6.1. Introducción	168
6.2. Consulta de diferentes fuentes de información impresas y digitales (libros, Internet, CD-ROM, enciclopedias multimedia, etc.)	168
6.3. Planificación, organización de materiales y elaboración formal de las producciones orales y escritas	170
6.4. Procedimientos de citación y referencias bibliográficas en textos escritos	172
6.5. Revisión y presentación de composiciones escritas propias utilizando las tecnologías de la información y comunicación	174
RESUMEN	175
COMPRUEBA LO QUE HAS APRENDIDO	176
SOLUCIONES	178

1.

Comunicación y lenguaje



Contenidos



1. Comunicación y lenguaje

- 1.1. Introducción
- 1.2. Elementos de la comunicación. Comunicación verbal y no verbal: signos y códigos
- 1.3. Lenguaje. Funciones del lenguaje e intención comunicativa
- 1.4. Contexto y situación comunicativa
- 1.5. Variedades sociales de la lengua: nivel culto, estándar, popular, vulgar y lenguajes específicos
- 1.6. Principios y normas de la interacción verbal en los diferentes ámbitos sociales

Objetivos

- Identificar correctamente en textos orales y escritos sobre de la vida cotidiana tales como anuncios, folletos informativos, disposiciones legales, instrucciones de uso, solicitudes, correspondencia institucional o comercial:
 - El propósito y la intención comunicativa.
 - Las ideas principales y las secundarias.
 - La estructura formal del texto.
 - Los registros lingüísticos utilizados según el ámbito de uso.
 - La adecuación del uso lingüístico a cada contexto.



Reflexión inicial

Diariamente se producen millones de actos de comunicación en todo el mundo, en múltiples idiomas, a través de gestos y miradas o en la publicidad. El ser humano depende de su capacidad de comunicación para la supervivencia, como ser social y como ser vivo dotado del don de la palabra.



Introducción

1.1.



Vocabulario

Acto de habla: expresión acuñada por la pragmática lingüística para designar los actos lingüísticos que se transforman en acciones en el mundo real.

En esta primera unidad didáctica se aprenderán nuevos conceptos sobre qué es una lengua, cómo se utiliza, qué construcciones y qué reglas gramaticales posee el español; se identificarán los diversos tipos de textos que existen y se aprenderá a interpretarlos y construirlos. Es decir, se comprenderá y analizará qué hacen las personas cuando se comunican y se relacionan con su entorno.

Se comenzará con el concepto de comunicación, los constituyentes que lo forman, sus funciones y las relaciones que se establecen entre ellos. Entender la comunicación supone comprender la importancia de un intercambio adecuado y correcto de información en las distintas situaciones comunicativas con las que uno puede encontrarse; un conocimiento que, sin duda, puede ayudar en la vida profesional y personal de cualquier persona.

En la sociedad, los ciudadanos se comunican de manera constante gracias al avance de los medios de comunicación y a la revolución que han supuesto las nuevas tecnologías. Estos están continuamente conectados y sometidos a un auténtico bombardeo informativo.

Conocer las claves del proceso comunicativo ayudará a interpretar mejor los mensajes que llegan y, por tanto, los ciudadanos serán más críticos, sabrán elaborar mensajes comunicativos de manera adecuada, coherente y cohesionada, lo que les ayudará a conseguir los logros laborales y sociales que se propongan. Comunicarse de manera adecuada ayudará de manera sustancial a alcanzar los objetivos pautados.

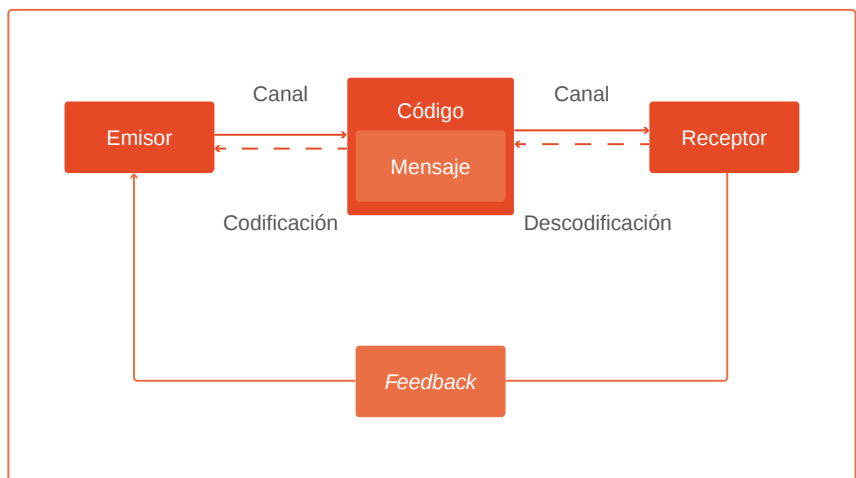
Elementos de la comunicación. Comunicación verbal y no verbal: signos y códigos

1.2.



La comunicación es la manera en que las personas interactúan e intercambian información de muy diverso tipo. Aunque cuando se piensa en comunicación siempre se suele relacionar con las palabras, hay otros tipos de comunicación no verbal.

A continuación se van a explicar cuáles son los elementos que construyen los actos comunicativos, cómo se relacionan entre ellos y qué es un signo lingüístico y no lingüístico.



Situación o contexto

Un acto comunicativo es aquel en el que se transmite una información concreta. No obstante, la comunicación no se limita exclusivamente al mensaje, sino que hay muchos otros factores que influyen en la formación y el desarrollo de un acto comunicativo.

Así, para que este proceso se desarrolle correctamente es necesario que existan una serie de elementos que se conocen como factores de la comunicación.

- **Mensaje:** información elaborada que se transmite entre el emisor y el receptor. Hay que diferenciar entre el mensaje, la información en sí misma y el referente.
- **Emisor:** persona (el profesor de clase) o colectivo (un club de fútbol) que construye y transmite el mensaje. Tiene una intención comunicativa concreta, es decir, con el mensaje que envía pretende conseguir un fin (exponer una información, preguntar, etc.).
- **Receptor:** persona o personas que reciben el mensaje y que deben saber decodificarlo e interpretarlo adecuadamente. Si el receptor no conociera el código del mensaje o no pudiera interpretarlo, el proceso comunicativo se rompería.

No en todo acto comunicativo el emisor y el receptor están presentes y mantienen una comunicación directa. Existen los actos comunicativos unilaterales y los actos comunicativos bilaterales. En los primeros, el receptor no puede interactuar con el emisor, no puede contestarle directamente; en los segundos sí se admite esta comunicación (existe feedback).

Un **acto comunicativo** es un proceso por el cual se transmite la información de un emisor a un receptor.

Otros factores de la comunicación, además del mensaje, el emisor y el receptor son los siguientes:

- **Código:** sistema de signos y de reglas que constituye, entre otras posibles, las lenguas naturales (español, inglés, francés, etc.). La variedad y complejidad de los códigos es muy amplia. El papel del emisor es codificar el mensaje (elaborarlo) y el del receptor, decodificarlo (descifrarlo). Si el código no es compartido, la comunicación no puede desarrollarse.
- **Canal:** soporte físico del mensaje necesario para que se produzca el intercambio comunicativo; es decir, el medio por el que se transporta la información y los sentidos por los que el emisor y el receptor lo emiten y reciben, respectivamente.
- **Contexto:** alude a todos los tipos de situaciones que influyen en el emisor y en el receptor cuando pretenden comunicarse y que pueden alterar de manera significativa la interpretación de un mensaje. Es decir, la influencia que los mensajes anteriores y posteriores pueden causar en el sentido final del mensaje.
- **Situación comunicativa:** este elemento supera lo estrictamente lingüístico y hace referencia a las circunstancias exteriores al acto comunicativo. Incluye a todas las circunstancias no lingüísticas.

Las diferencias en el contexto comunicativo pueden ser de tipo histórico (diferencias temporales), espacial (producirse en lugares diferentes) o jerárquico (entre hablantes que tienen relaciones de poder desiguales). Estas variables en el contexto condicionarán sustancialmente el proceso comunicativo.

Para poder realizar un acto comunicativo es necesario el empleo del signo. Los signos son el verdadero motor de la comunicación; permiten a una persona percibir por alguno de sus sentidos (signo sonoro, visual o táctil) y les remite de manera directa a un referente (un objeto, un concepto, una idea).

Ejemplo

Cuando un espectador observa un anuncio publicitario en su televisor, se produce un acto comunicativo unilateral.

En una situación en la que varios amigos se reúnen en una cafetería para discutir sobre la despedida de soltero de uno de ellos, se da un acto de comunicación bilateral, ya que dialogan entre ellos.



?? ¿Sabías que...?

El avance tecnológico crea nuevos canales de comunicación: un ejemplo claro es el Whatsapp®, aplicación que permite que millones de emisores y receptores envíen y reciban mensajes a diario, gracias a la revolución producida en la telefonía y cobertura de las redes móviles en los últimos años.



Vocabulario

Semiótica: disciplina que estudia los sistemas de signos (en la actualidad, está especializada en el estudio de sistemas de signos definidos).

Lingüística: ciencia que se encarga del estudio del lenguaje verbal.

Para que realice correctamente su función comunicativa, el signo tiene que ser conocido tanto por el emisor como por el receptor. Los signos son, por tanto, compartidos entre los usuarios de un código.

No todos los signos son iguales. Existen grandes diferencias entre ellos y, por esta razón, se emplean algunos criterios para su clasificación.

Una primera distinción se da entre los signos humanos y no humanos. Hay que reseñar que no solo el hombre utiliza signos para comunicarse, sino que también lo hacen el resto de especies animales: las aves emiten diferentes tipos de trinos, los insectos determinados zumbidos, los mamíferos, sonidos variados dependiendo de las especies, etc.



Las señales de tráfico son signos humanos



Los gatos enseñan los dientes y alporizan su pelo cuando se sienten amenazados

Dentro de los signos humanos se pueden encontrar también varias clasificaciones. Una de ellas es la que se hace entre signos verbales y no verbales, en la que los primeros son los que utilizan las lenguas naturales, mientras que los segundos se corresponden con gestos, movimientos, sonidos, imágenes, etc.

Es necesario tener presente la diferencia entre comunicación verbal y no verbal:

- **Comunicación verbal:** se realiza a través de los signos verbales que constituyen las lenguas naturales.
- **Comunicación no verbal:** se realiza a través de signos no verbales, como los gestos, las miradas, los movimientos, los sonidos, las imágenes, etc.

Existen otras clasificaciones que se hacen de acuerdo al canal por el que los signos son transmitidos. En este sentido, se habla de los siguientes tipos: signos visuales (un semáforo, un texto escrito, un dibujo, un gráfico, etc.); signos auditivos (un silbido, una canción, un programa radiofónico, etc.) y signos táctiles (un pisotón, un codazo, una caricia, una bofetada, etc.).

Por su **origen**, debe distinguirse entre signos naturales y signos artificiales o culturales.

Los primeros son aquellos producidos por la naturaleza (el humo cuando hay fuego, el sonido de la lluvia al caer, la elevación de las aguas por las mareas, etc.). Los signos culturales son los que fueron creados por el hombre con una intención comunicativa concreta.

Una característica importante de los signos es que estos no son elementos individuales. Es decir, no están aislados; se agrupan y se relacionan entre sí dentro de los diferentes sistemas de signos.

Además, estas agrupaciones tienen unas normas de uso, unas reglas, que son las que forman el código; ningún signo existe de manera aislada. Así, el alfabeto de cualquier lengua es un sistema de signos y las reglas ortográficas de dichas



lenguas son las que hacen que estas letras se utilicen como un código. Ningún signo existe de manera aislada.

Dentro de los sistemas de signos humanos, las lenguas naturales (el español, el inglés, el francés, etc.) son las que permiten comunicarse a los ciudadanos de las diversas culturas.

Cada signo lingüístico está constituido por dos partes claramente diferenciadas: el significante y el significado.

El **significante** constituye el soporte físico del signo, lo que los usuarios del código perciben con sus sentidos (lo que ven, oyen o tocan). Por el contrario, el **significado** hace referencia a la parte inmaterial, al concepto o idea que transmite ese signo.

Los signos lingüísticos tienen unas características específicas que es necesario conocer y que se citan a continuación:

- **Arbitrarios:** la correlación entre el signo lingüístico y la idea a la que señala (su referente) es algo inmotivado. Por ejemplo: la palabra «taza» remite a un referente concreto, el objeto «taza». Sin embargo, en cada lengua este mismo concepto se expresa a través de símbolos diferentes.
- **Lineales:** no es posible producir tres fonemas (sonidos) a la vez; estos deben emitirse de manera sucesiva y ordenada. Se pronuncian cada uno de los signos lingüísticos de manera seguida hasta completar toda la palabra. Esto no sucede con un signo no lingüístico. Así, una señal de tráfico se ve y se interpreta de manera global; aunque esté constituida por una forma, un dibujo, unas letras o unos colores, se interpreta de manera simultánea.
- **Cambiables y no cambiables al mismo tiempo:** aunque parezca una característica en principio contradictoria, no lo es. Una lengua admite y realiza cambios a lo largo de su historia (diacrónicamente), pero no los realiza de manera unilateral por un hablante en un momento puntual.
- **Heredados:** los signos de las lenguas naturales evolucionan por transmisión cultural. Es decir, pasan de padres a hijos, lo que quiere decir que forman un código que es aprendido por los nuevos hablantes.
- **Orales:** la inmensa mayoría de los actos comunicativos que se producen son orales. Así es como las personas se comunican con sus familiares, compañeros del trabajo y amigos. Aunque determinados mensajes comunicativos, como los administrativos, los legales, los científico-técnicos o los humanísticos tiendan a producirse de manera escrita, lo cierto es que la comunicación más habitual es la oral.
- **Claramente delimitados:** los signos lingüísticos están claramente separados entre ellos. De esta manera, los usuarios de una lengua pueden diferenciar claramente unos de otros. Eso permite oponer unos signos a otros, por ejemplo, diferenciar el sonido /p/ de /b/ y, por tanto, distinguir las palabras «pata» y «bata». Oposiciones así de sencillas hacen que un código lingüístico sea comprensible.
- **Doblemente articulados:** con una cantidad muy escasa de signos, los humanos crean una variedad inmensa de mensajes. Esto es posible gracias a la característica de la doble articulación, es decir, la posibilidad combinatoria de los signos restringidos que poseen las lenguas humanas. La primera articulación se corresponde con los signos lingüísticos (oraciones, sintagmas, palabras y morfemas) y la segunda, con las unidades de pronunciación (grupos de entonación, grupos fónicos, sílabas y fonemas).

Todas estas características son relevantes, porque ayudan a entender mejor cómo funcionan las lenguas con las que las personas se comunican.

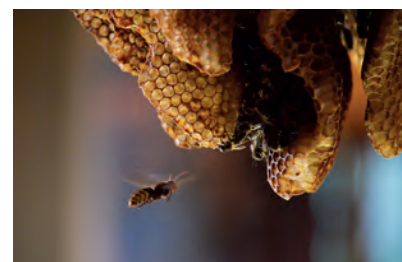
Ejemplo

La palabra «casa» posee un significante, que son los cuatro fonemas o sonidos que la constituyen [kása], los cuales son pronunciados por el receptor y oídos por el emisor (parte física); y un significado, es decir, un tipo de vivienda (concepto).



?? ¿Sabías que...?

Las abejas bailan para comunicarse. Localizan con la vista la posición del sol y en función de esta sitúan las fuentes de néctar, como si de un geolocalizador se tratase. Luego, son capaces de informar a sus compañeras de panal sobre la situación exacta usando un código que se basa en los diferentes movimientos de la danza que realizan. El resto de las abejas, gracias al sentido de la vista, es capaz de descifrar el código de este baile y reinterpretarlo, transformándolo en una especie de mapa para volar y alcanzar el néctar.





Lenguaje. Funciones del lenguaje e intención comunicativa

1.3.

Como se ha explicado anteriormente, el lenguaje es, principalmente, un sistema de comunicación que sirve para transmitir información de muy diversa índole, de igual modo que permite desarrollar las ideas de manera coherente y cohesionada.

En esta comunicación se emplean las diferentes funciones del lenguaje existentes, las cuales serán abordadas a lo largo de este epígrafe. Es decir, el acto comunicativo se realiza con una finalidad comunicativa determinada (propósito o intención comunicativa), que se relaciona, a su vez, con los elementos de la comunicación explicados anteriormente: el emisor de la comunicación elabora un mensaje para conseguir un objetivo (finalidad) y tiene en cuenta al receptor de la misma, al canal y al código utilizado, además de la situación comunicativa en la que se inserta el mensaje y, por supuesto, el mensaje en sí mismo.

Al tener en cuenta todos estos elementos, empleará unos recursos lingüísticos adecuados y eficaces para alcanzar el éxito del acto comunicativo.

Atendiendo a los diferentes elementos de la comunicación, se pueden enumerar las funciones del lenguaje.

La primera de ellas es la **función representativa** o **referencial**, función del lenguaje esencial que permite al emisor presentar información sobre la realidad y hacerlo de una manera objetiva. Es la utilizada de manera más habitual.

Así, puede reconocerse en una variedad de textos, desde los de carácter informativo hasta los explicativos y expositivos (manuales de diversas materias, noticias de prensa, textos jurídicos o administrativos, textos de divulgación, etc.).

Los recursos lingüísticos que suelen acompañar a esta función son: el uso de oraciones enunciativas con carácter neutro, la utilización del modo indicativo y el empleo del léxico denotativo, es decir, términos que aparecen en los diccionarios con un sentido simbólico.

La segunda es la **función expresiva** o **emotiva**, en la que el emisor emplea el mensaje para expresar sus emociones o sentimientos, cargándolo de subjetividad. Se encuentra esta función en expresiones de queja, deseo o duda.

La tercera es la **función apelativa** o **conativa**. En ella, el protagonista del acto comunicativo pasa a ser el receptor, al que el emisor pretende transmitir un mensaje y del cual se espera conseguir una reacción determinada. La respuesta del receptor puede ser verbal o no verbal, dependiendo del contexto comunicativo.

Es muy común recurrir a esta función del lenguaje en los discursos publicitarios, en los que es habitual el uso de oraciones interrogativas, vocativos, el modo imperativo, el uso del condicional y la tendencia al lenguaje directo y breve.

La cuarta es la **función fática** o **de contacto**, en la que el canal es el elemento fundamental. En este caso, el lenguaje se emplea para iniciar, mantener y cerrar el acto comunicativo, solventando las distorsiones que puedan producirse en la transmisión del mensaje.

De esta función central se derivan una serie de recursos lingüísticos que son característicos en este uso del lenguaje: las fórmulas sociales y las frases hechas, utilizadas para saber que el receptor sigue dentro del acto comunicativo y para mantener la atención exigida por el proceso.

La quinta es la **función metalingüística**. En ella, se emplea el lenguaje para hablar sobre el propio lenguaje. Se suele usar en diccionarios o gramáticas.

Funciones del lenguaje	Protagonistas de la función
Representativa	Referentes
Expresiva	Emisor
Apelativa	Receptor
Fática	Canal
Metalingüística	Código
Poética	Forma del mensaje

Hay que tener en cuenta que las funciones del lenguaje no suelen aparecer aisladas en los actos comunicativos, sino que estos se suelen configurar mediante la combinación de varias funciones.

Función del lenguaje	Ejemplos
Representativa	Mañana salgo de viaje Hoy hace un día estupendo
Expresiva	¡No aguanto más! ¡Ojalá seas muy feliz! ¿Estás seguro? A mí me dijo lo contrario la semana pasada
Apelativa	—¿Qué hora es? —Son las tres y media
Fática	Sí. Soy Pedro, ¿con quién hablo? Administraciones Corcho, dígame ¿Se escucha?, ¿me oyes?... ¿oiga?
Metalingüística	Casa es un sustantivo femenino
Poética	Bienvenido a la República Independiente de tu casa A caballo regalado, no le mires el dentado

Todo lo mencionado anteriormente se puede aplicar a textos de la vida cotidiana, tales como anuncios o correspondencias comerciales.

Así, en el siguiente anuncio publicado en un periódico de tirada local se puede identificar tanto su propósito o intención comunicativa como su estructura formal e ideas principales.

OPERACIÓN SALIDA
¡BAJAMOS LOS PRECIOS!

Los días 31 de julio,
1 y 2 de agosto



Te ofrecemos los precios más bajos del año en nuestra estación de servicio*.

¡Visítanos y llena tu depósito!

*Precios más bajos en relación con los precios medios diarios de los carburantes de la estación de servicio en el período de enero a julio.

Ejemplo

«¡Qué asco! Estoy harto de este tiempo. Lleva lloviendo dos semanas sin parar. ¿Podrías acercarme el paraguas, que tengo que salir a comprar?»

Como puede comprobarse, se emplea la función expresiva para la queja, la función referencial para aportar información sobre el tiempo climático y la función apelativa para realizar una petición.



¿Sabías que...?

La información presentada en los asteriscos es a la que los consumidores críticos y formados prestan su atención. En dichos apartados se encuentra la información más negativa para el consumidor, aquella que la empresa tiene obligación legal de explicar, pero lo hace de la forma más camuflada posible.

Se trata de un texto publicitario, cuyo propósito es presentar un producto o servicio, con una intención comunicativa muy concreta: conseguir consumidores del mismo, hacer de este un producto o servicio atractivo y, por tanto,

Vocabulario

Cortesía verbal: conjunto de normas lingüísticas que sirven para atenuar los mensajes negativos que hay que transmitir, así como para ensalzar la imagen del interlocutor. De su correcto uso dependerá mucho el éxito comunicativo y, por tanto, también el propio éxito de los interlocutores.

aumentar el consumo de lo que se ofrece. En este caso, el anuncio presenta un descuento en una gasolinera concreta, durante un periodo de tiempo determinado. Como idea principal está el descuento en las gasolineras anunciadas ofrecido en el texto. Como ideas secundarias se encuentran el periodo de vigencia de la oferta y las gasolineras adscritas a la misma.

Su estructura corresponde a la clásica de un anuncio preparado para prensa escrita: un titular con la oferta, una explicación en la que se presenta el periodo de disponibilidad y los lugares en los que se desarrolla y, por último, con un asterisco y con una letra de un tamaño mucho más pequeño que el cuerpo del texto, una aclaración esencial: en qué consiste la anunciada bajada de precios.

A continuación se presenta otro tipo de texto, la **correspondencia comercial**, donde también es posible identificar fácilmente su propósito o intención comunicativa, sus ideas principales y secundarias y, por último, su estructura formal.

22 de Julio de 2014
Avenida Las Flores Celestes n.º 8569
A/A: Gerente de Comercios de Ejemplode.com CIA
URUGUAY

Asunto: Invitación a presentación de materiales

Estimado cliente:

Por medio de la presente, tenemos el agrado de invitarlo a usted a una nueva exposición sobre materiales modernos que se realizará en los salones de nuestra empresa en la tarde del día viernes 25 del presente mes. Una vez culminado el importante evento, nos trasladaremos al comedor general donde se servirán unos platos calientes acompañados del mejor vino nacional. Asimismo, le informamos de que podrá usted concurrir acompañado de sus familiares más próximos. Estará a disposición de los niños un parque para que puedan disfrutar durante el transcurso de toda la exposición.

Sin otro particular,

Atentamente:

Mauricio Nicolás del Moral
Gerente General

El propósito de esta correspondencia comercial es invitar a un cliente potencial a una exposición sobre los nuevos materiales que presenta la empresa. Para ello, la invitación se presenta de manera atractiva, con la celebración de un ágape y la posibilidad de asistir con miembros de la familia. Se realiza una presentación deseable del evento de tal manera que la asistencia al mismo pueda ser apetecible.

La intención comunicativa es conseguir que el mayor número posible de clientes asista al acto y, consecuentemente, que las ventas de los materiales sean lo más elevadas posibles. Se realiza así un gasto de representación importante por parte de la empresa con el fin de conseguir resultados comerciales óptimos.

La idea principal del texto es notificar al cliente la fecha de la exposición de los nuevos materiales y, por supuesto, invitarle a que asista. Como ideas secundarias se encuentran los datos sobre el aperitivo que se va a servir. A este respecto cabe destacar lo atractivo del lenguaje para conseguir el fin propuesto. Por último, la estructura formal del ejemplo corresponde a la estandarizada en las cartas oficiales. Se presenta con un saludo convencional y se cierra con una despedida formal, lejos de usos personalizados. Se presenta el cuerpo de la carta empezando por lo que más interesa destacar: la presentación de los nuevos materiales para, a continuación, invitar también al cóctel que se servirá a continuación.



1.4.

Contexto y situación comunicativa

Anteriormente se han explicado los elementos principales de la comunicación. Entre ellos, se encontraban el contexto lingüístico y la situación comunicativa. Este punto se va a centrar en estos dos aspectos no estrictamente verbales, pero fundamentales para conseguir una comunicación satisfactoria.

El **contexto** es un concepto empleado de manera similar al de situación comunicativa, es decir, se entiende como el entorno en el que se produce el intercambio comunicativo.

Si se define el término de manera específica se sabe que el contexto es todo aquello que el emisor y el receptor comparten: el conjunto de conocimientos y de creencias culturales que estos tienen en común y que afectan de manera esencial al acto comunicativo. Por esta razón es necesario tenerlo muy presente a la hora de realizar o de analizar cualquier intercambio comunicativo. Se pueden encontrar diferentes tipos de contexto que se sintetizan en tres grupos: lingüístico, situacional y sociocultural.

- **Contexto lingüístico:** elementos lingüísticos que preceden y se posponen a un enunciado.
- **Contexto situacional:** datos de los que disponen los interlocutores sobre el espacio físico en el que se produce el intercambio de información. Esto les permite hacer referencia a objetos o espacios físicos cercanos.
- **Contexto sociocultural:** datos que se refieren al entorno social y cultural que afectan a la elección de registro lingüístico que los hablantes tienen que realizar y a su adecuación, por tanto, a la situación lingüística en la que se encuentren.

La **situación comunicativa** se define habitualmente como la situación exterior en la que se produce un mensaje, es decir, hace referencia al entorno temporal y espacial que condiciona su elaboración.

Este entorno espacio-temporal no es el único factor extralingüístico que afecta al acto comunicativo: la relación entre emisor y receptor, las actividades que han realizado anteriormente y que efectuarán después del acto comunicativo, etc., también influirán en el proceso comunicativo. Hay que entender que aunque se conozca a la perfección una lengua, para que el acto comunicativo triunfe, se necesita tener en cuenta algunos elementos no lingüísticos, de carácter pragmático. Los interlocutores deben tener presentes diversos factores.

El primer factor es el **espacio y tiempo** en el que se desarrolla la comunicación. Para controlar estos aspectos se suelen utilizar elementos deícticos que señalan determinados referentes temporales (hace cinco minutos, esta mañana, ahora mismo, etc.) o referentes espaciales (allí, aquí, al lado, encima, etc.). Del mismo modo, se pueden tener referentes compartidos entre los interlocutores. En ocasiones, los referentes culturales deben ser conocidos para que exista una comunicación efectiva.

El segundo es el **estado social y profesión** de los interlocutores. Las relaciones entre interlocutores se ven condicionadas por ideas jerárquicas que también pueden variar sustancialmente. Del entendimiento o concesión de las relaciones jerárquicas dependerá el uso de determinados elementos de cortesía tanto lingüísticos como no lingüísticos.

El tercer factor es el **grado de formalidad** de la situación. Los interlocutores tienen que saber valorar el grado de formalidad de la situación y, por consiguiente, adaptar su registro a ese estado. Conocer y controlar estas situaciones evita realizar enunciaciones pedantes o inadecuadas.



Ejemplo

Dos personas que van caminando se encuentran por la calle; se conocen, pero no se veían desde hace tiempo. Una de ellas le dice a la otra: «¡Cuánto tiempo sin vernos! ¿Qué tal te va?». El receptor tiene que atender al significado del mensaje y responder de manera coherente y, por tanto, dar información sobre cómo se encuentra: «Estoy bien, con mucho trabajo. ¿Y tú?».

En una oficina un compañero puede preguntarle a otro: «¿Dónde te pongo el informe?» y el receptor de la pregunta responde: «Déjalo encima de aquella mesa». Este uso de la terminología espacial es posible al compartir dicho espacio.

No es correcto dirigirse a un cliente que realiza una reclamación en los siguientes términos: «No tienes ni idea, el servicio que te hemos dado es "cojonudo"». En este caso, se estarían cometiendo errores tanto en el uso del tuteo, como en la selección del léxico y en el tono empleado. Habría que expresar las mismas ideas, pero cambiando el registro: «Disculpe usted. Es difícil valorar el servicio que se le ha dado, pero puedo asegurarle que está sujeto a los más rigurosos controles de seguridad».

?? ¿Sabías que...?

La principal institución reguladora del uso de la lengua es la RAE (Real Academia Española), que como indica su lema: «limpia, fija y da esplendor». Otras instituciones como el sistema educativo, el Instituto Cervantes y, en menor medida, los medios de comunicación colaboran en la difusión de las normas de uso.

Variedades sociales de la lengua: nivel culto, estándar, popular, vulgar y lenguajes específicos

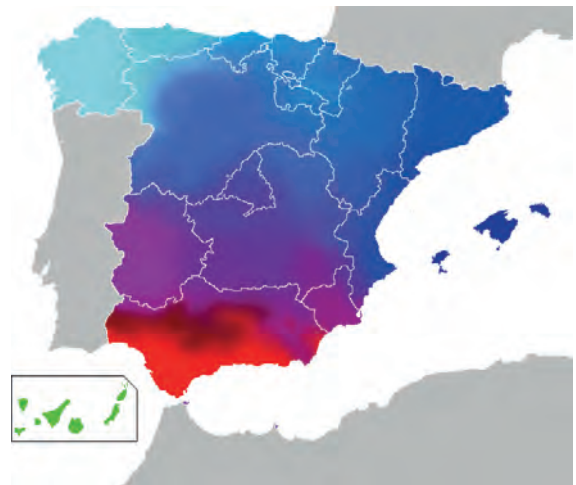
El español, como cualquier otra lengua, es un código lingüístico. Este código, como ya se ha mencionado en apartados anteriores, se forma por un conjunto de signos lingüísticos regulado por una serie de normas de uso que permiten a todos los usuarios conocer el empleo correcto de dicho código.

Por tanto, el español como código está sujeto a unas normas de uso que, en la medida de lo posible, se difunden entre los hablantes con el fin de que exista una fijación suficiente del sistema que permita darle la unidad conveniente para poder comunicarse con eficacia en todos los niveles de comunicación.

Sin embargo, la lengua no es igual en todos los lugares, para todos los hablantes y en todas las situaciones comunicativas. Esta admite **variedades geográficas** tanto entre España e Hispanoamérica como entre las diversas autonomías españolas o los diferentes países del continente americano que comparten el español.

Variedades según el territorio

gallego	catalán
asturiano y leonés	balear
cántabro	madrileño
vasco	manchego
aragonés	extremeño
riojano	murciano
castellano	andaluz /s/
churro	andaluz /θ/
valenciano	canario



Entre todos los países o autonomías en los que el español es lengua oficial pueden producirse notables variaciones en todos los niveles (fonético, morfológico o sintáctico). Dentro de las autonomías españolas, estas variantes se conocen con el nombre de dialectos. Así, en España están presentes el dialecto andaluz, el extremeño, el murciano y el canario. En las zonas bilingües, en las que se habla catalán, gallego y vasco, también se dan variantes en el uso del español.

También se pueden encontrar **variantes situacionales**, que se producen por la situación en la que se hallan los hablantes en el momento en el que se produce el intercambio comunicativo. Son los llamados registros lingüísticos o usos del lenguaje, los cuales vienen dados por la intención comunicativa del hablante y por la relación que mantiene con las personas con las que se comunica.

Vocabulario

Registro: variante social de la lengua que puede ser formal o coloquial. Elegir una u otra dependerá de la situación comunicativa en la que se encuentre el hablante.

Así, los hablantes no interactúan de la misma manera en una reunión de trabajo que en una fiesta en casa de un amigo. El nivel varía desde el lenguaje más formal hasta el más coloquial y relajado. Ocurre lo mismo con los textos escritos y orales que pueden encontrarse en la vida cotidiana.

Una tercera variedad del lenguaje en la que hay que detenerse de manera especial es la **variedad social o cultural**, ya que la manera de hablar de cualquier ciudadano aporta gran carga de información sobre dicha persona: si se presta atención a la cercanía o lejanía de su uso particular del lenguaje al de la norma culta, se puede conocer especialmente su nivel cultural. Se puede también llegar a saber en qué trabaja, qué edad tiene, si es hombre o mujer, su origen geográfico, etc.

Respecto a las variedades sociales del lenguaje hay tres niveles de uso: el culto, el medio y el vulgar.

- **Nivel culto:** el hablante es capaz de expresarse con total propiedad y precisión. Conoce y emplea la norma culta y el léxico más adecuado para transmitir el mensaje con rigor. Solo lo alcanzan los hablantes que han cumplido con los objetivos de una educación reglada, aquellos que poseen un nivel educativo alto. Es característico de los textos académicos, educativos, jurídicos, administrativos, legales e institucionales.
- **Nivel medio o estándar:** el hablante emplea la lengua de manera correcta, pero de forma más relajada que en el culto, sin dominar tantos recursos lingüísticos. Este es el nivel usado en situaciones convencionales de comunicación (al hablar con la familia, al escribir un correo electrónico a un compañero de trabajo, etc.) y el más frecuente en los medios de comunicación.
- **Nivel vulgar:** el hablante manifiesta desconocimiento de la lengua, incurre en errores gramaticales graves y tiene un léxico muy limitado. Es el empleado por hablantes con un escaso nivel cultural que no han sido absorbidos por el sistema educativo y que tienen serios problemas de comunicación.

Es importante no confundir el nivel vulgar con el nivel popular. Este último es el que se utiliza en la calle, en un registro coloquial y que admite elementos lingüísticos populares como frases hechas, refranes, etc., pero que no implica el uso incorrecto del lenguaje.

También es habitual asociar determinados documentos escritos con uno u otro nivel lingüístico.

De hecho, se recomienda adaptar el lenguaje utilizado en función de las personas destinatarias del documento, y atender siempre a las características propias de los escritos.

Por ejemplo, las cartas comerciales o las solicitudes formales poseen una estructura fija a la que la persona que las elabore tendrá que adaptarse.

Ejemplo

Los anuncios publicitarios destacan por su brevedad, concisión y fácil asimilación por parte del consumidor. En ellos se emplea un lenguaje adecuado, destinado a un público mayoritario, por ello debe ser conciso, directo, fácilmente entendible y asimilable.

En el caso de la correspondencia comercial, el registro es formal y se utilizan fórmulas de cortesías propias de este tipo de documentos. Se emplea un lenguaje atractivo, propio del mundo de la publicidad y el comercio. La estructura del texto respeta un registro adecuado, marcado por la atención a los clientes y un propósito comunicativo: atraer el interés del destinatario de la carta.



Nivel culto

Se presenta un político ante el Parlamento y expone un discurso elaborado:
«Nuestra nación, tras la ejecución de medidas fiscales y laborales de calado, empieza a entrar en una situación de crecimiento económico y creación de empleo. Dicha situación permitirá al Ministerio de Hacienda realizar una bajada de impuestos gradual en los próximos meses»

Nivel medio o estándar

Se presenta una conversación común que se produce entre una pareja mientras cenan:
«—¿Qué tal te ha ido el trabajo? Ayer estabas preocupada por la reunión.
—Pues como siempre. Nada nuevo en el horizonte. No quieren meter dinero y así va todo: lento y mal»

Nivel vulgar

Se encuentran dos vecinas en un mercado de barrio y mantienen la siguiente conversación:
«—No se m'a ocurrió decí nada a mi marío del robo del mercao. Pa'l caso que me va' hacé.
—Mujé, no hables así del Paco, que en el fondo te quíe mucho»



Consulta

Para consultar más información sobre vulgarismos puedes visitar la siguiente página web: <http://bit.ly/1zeLbKY>.

Los mensajes cortos que se escriben con el teléfono móvil o en las redes sociales suelen incluir formas estándares de la lengua, más coloquiales y menos elaboradas a nivel gramatical e incluso ortográfico.

Las solicitudes o los documentos informativos, en cambio, recurren a un lenguaje más formal, propio de un registro culto.

Dentro del nivel vulgar de la lengua, los hablantes se expresan con una importante cantidad de vulgarismos. No obstante, los vulgarismos pueden cometerse en cualquiera de los niveles de la lengua y pueden ser de tres tipos: fonéticos, morfosintácticos o semánticos.

Los **vulgarismos** son errores lingüísticos derivados del desconocimiento de la norma lingüística y de un escaso nivel formativo.

Los **vulgarismos fonéticos** se dan cuando se pronuncia incorrectamente una palabra. Se pueden producir por las siguientes causas:

- Por un cambio de consonantes. Por ejemplo: «*Mádriz» [maðriθ] en lugar de «Mádriz» [maðrið].
- Por una contracción de palabras. Por ejemplo: «*pos» [pos] en vez de «pues» [pues].
- Por un cambio de lugar de una consonante. Por ejemplo: «*cocleta» [kokleta] o «*cocreta» [kokreta] por «croqueta» [kroketa].
- Por un aumento vocálico incorrecto. Por ejemplo: «*arradio» [araðio] en vez de «radio» [raðio].
- Por pérdida de la «-d-» intervocálica. Por ejemplo: «*tomao» [tomaɔ] en lugar de «tomado» [tomaðo].
- Por aspiración de la «h» o «f». Por ejemplo: «*jui» [χui] por «fui» [fui].
- Por desplazamiento de la acentuación. Por ejemplo: «*périto» [périto] en vez de «perito» [períto].

Los **vulgarismos morfosintácticos** se producen cuando la estructura de las palabras, de los sintagmas o de las oraciones es incorrecta. Algunos muy comunes son:

- Usar incorrectamente los pronombres de tercera persona (leísmo, laísmo y loísmo).
- Cambiar el orden de los pronombres. Por ejemplo: «*me se cayó el jarrón» en vez de «se me cayó el jarrón».
- Añadir una «-s» al final de la segunda persona del singular del pretérito perfecto simple. Por ejemplo: «*comprastes» por «compraste».
- No utilizar las formas verbales correctas de los verbos irregulares. Por ejemplo: «*freído» en vez de «frito» o «cabimos» en lugar de «cupimos».
- Usar la preposición «de» para introducir el CD: «*he oído de que te vas» por «he oído que te vas».

Fonemas	Grafemas
/a/	a,
/b/	b, v
/θ/	z (+a, o, u) c (+e, i)
/tʃ/	ch
/d/	d
/e/	e
/f/	f
/g/	g (+a, o, u), gu (+e, i)
/i/	i
/j/	y, hi
/l/	l
/ʎ/	ll
/m/	m
/n/	n
/ɲ/	ñ
/o/	o, ó
/p/	p
/k/	c (+a, o, u), qu (+e, i)
/r/	r
/r/	r-, rr
/s/	s
/t/	t
/u/	u, ú, ü
/x/	j, g

- Realizar de manera inadecuada la concordancia entre el sujeto y el predicado. Por ejemplo: «*habían tres personas en la fila» por «había tres personas en la fila».
- Utilizar de manera incorrecta el régimen preposicional de ciertos verbos. Por ejemplo: «*aspiraba por la plaza» en lugar de «aspiraba a la plaza».

Los **vulgarismos semánticos** se generan cuando los hablantes emplean una palabra con un significado diferente del que realmente tiene.

Se suele producir entre palabras con forma similar y distinto significado. Un claro ejemplo es la utilización de la frase «me *destornillo de la risa» en lugar de «me desternillo de la risa».

También se consideran vulgarismos las palabras malsonantes y el uso continuo de muletillas.

Vulgarismos fonéticos	Vulgarismo morfosintácticos	Vulgarismo semánticos
Voy *p'al trabajo Hay un *abujero en la calle Están en *güelga	Te *comistes los pasteles ¡*Me se olvidó llamarte! No *cabo en el hueco ese	Vivir como un *majara Curarse de *espasmos Ir al *observatorio de música

Mención aparte merecen los **lenguajes específicos**, que consisten en el uso concreto que colectivos cerrados de hablantes hacen de una lengua. Este uso especial se puede producir por razones de edad (jóvenes frente a mayores), de profesión (lenguajes específicos de un médico, un abogado o un ingeniero, etc.) o de ámbito (lenguaje carcelario, lenguaje taurino, lenguaje artístico, etc.). El uso lingüístico estará condicionado por el colectivo social al que se pertenezca. En este tipo de variantes se encuentran las jergas y los tecnicismos.

Las **jergas** son usos lingüísticos asociados a colectivos que comparten rasgos comunes y que, por tanto, tienen una identidad propia. Emplean usos específicos del lenguaje para diferenciarse de otros colectivos e integrarse mejor en el suyo. Se puede encontrar jerga juvenil (perteneciente a los jóvenes), jerga carcelaria (que emplean entre ellos los reclusos de una prisión), jerga futbolística (que utilizan los aficionados al fútbol), etc. El léxico especializado de estas jergas se conoce como argot.

En la actualidad, se pueden consultar diccionarios especializados que recogen estos términos y expresiones específicas. Sin embargo, hay que tener en cuenta que estos usos del idioma se someten a una gran evolución y a un cambio constante, puesto que pertenecen a colectivos generacionales o a hablantes que dejan de pertenecer a dichos colectivos.

Algunos ejemplos pueden ser:

«Camello» o «madero» (jerga carcelaria), «dar la brasa», «no me ralles», «pírate» (jerga juvenil), «culé», «chilena», «penalti a lo Panenka» (jerga futbolística), etc.

Los **tecnicismos** son términos específicos de una determinada disciplina, ciencia u oficio. Por tanto, son conocidos únicamente por los especialistas de dichas materias. Pueden ser palabras que también se empleen en la lengua estándar, pero entonces pierden su significado específico.

Algunos ejemplos los constituyen los siguientes vocablos:

«Sentencia» (jurídico), «rinitis» (médico), «escalfar» (gastronómico), «deixis» (gramatical), etc.

! Importante

Los hablantes que han alcanzado el nivel culto pueden y deben reducir su nivel de competencia lingüística si necesitan comunicarse con personas con dificultades lingüísticas. Sin embargo, es necesario pensar que un hablante de nivel vulgar no tiene posibilidades de incrementar su nivel de lengua si se encuentra en una situación que lo requiera. Es absolutamente incorrecto en contextos de este tipo mostrar superioridad lingüística y emplear la lengua de manera diferenciadora.

?? ¿Sabías que...?

Los vulgarismos son incorrecciones lingüísticas cometidas por hablantes no preparados, que desconocen las normas. Las jergas emplean un lenguaje específico para marcar la pertenencia a un grupo. Tradicionalmente, se ha asociado a las jergas un uso inadecuado del lenguaje, pero si este se ha producido en algunos casos es de manera fortuita. Es decir, no se puede relacionar una jerga con lo negativo del vulgarismo.





Principios y normas de la interacción verbal en los diferentes ámbitos sociales

1.6.

Para llevar a cabo un acto comunicativo con éxito es necesario saber cuáles son los elementos lingüísticos (el código en sí mismo), pero también es importante conocer y manejar de manera adecuada el contexto y la situación comunicativa en los que se desarrolla la comunicación, es decir, todos los elementos extralingüísticos que afectan a los hablantes. Entre ellos se encuentran: la relación que existe entre los interlocutores, la situación espacio-temporal en la que se desarrolla la comunicación, la procedencia geográfica de los participantes, sus respectivos niveles socioculturales, su edad, su sexo, etc.

Todos estos factores son tan importantes como los estrictamente gramaticales para que el acto comunicativo sea plenamente satisfactorio. Estos factores son estudiados por la disciplina lingüística que se denomina pragmática.

Dentro de los estudios de pragmática, en los últimos años han cobrado un especial interés aquellos que trabajan sobre la cortesía verbal, concepto que se explicará más adelante y que está muy ligado al de interacción social.

El término **interacción social** se utiliza para hacer referencia al hecho de que dos o más hablantes se comunican o interaccionan entre ellos. Alude al acto comunicativo (frecuentemente una conversación) que afecta a varios hablantes.

Para entender este intercambio en su totalidad es necesario concebir al hombre como un ser social. Todo intercambio verbal se realiza atendiendo a este principio. Es decir, los mensajes que se intercambian en una conversación están condicionados por los factores extralingüísticos, entre los que se encuentran la imagen propia y social de cada uno de los intervinientes en la comunicación.

A continuación, se verá como uno de los principios fundamentales del éxito comunicativo se encuentra en el respeto y la no degradación de la imagen social del interlocutor.

Cuando las personas se comunican tienen una intención comunicativa concreta, quieren conseguir un fin, pero con independencia de dicha intencionalidad deben tener presente quién y cómo es el interlocutor, es decir, es pertinente que tengan en cuenta la imagen social.

Esta relación social que se plantea entre los hablantes se ha estructurado generalmente en dos ejes: el vertical y el horizontal. Tener en cuenta estos dos elementos ayuda a los interlocutores a interaccionar verbalmente de manera adecuada.

Eje vertical	Eje horizontal
Formado por las diferencias jerárquicas de edad, de profesión, de nivel cultural, etc. Distancia a los interlocutores	Une a los interlocutores, ya sea por sus similitudes, por su relación de cercanía o por su proximidad

Además de esto, para entender un acto comunicativo, hay que tener muy presentes los conceptos de imagen y territorio.

La **imagen social** es la manera en la que un interlocutor se presenta ante los demás, imagen que proyecta de sí mismo, que no tiene que coincidir con lo que realmente es. Respecto a la forma en que los hablantes se presentan en el acto comunicativo, hay que emplear estrategias para no dañar esta imagen y, en caso de que esto se produzca, poder repararla.

Vocabulario

Pragmática: parte de la lingüística general que se ocupa del estudio de los aspectos no lingüísticos (situacionales, sociales, culturales, etc.), que afectan a la comunicación humana.



El término **territorio** remite a un concepto espacial, pero en este caso se entiende simbólicamente como el espacio que cada persona necesita para no sentirse invadida.

En la comunicación verbal se realizan actos de habla que pueden dañar la imagen del interlocutor o, incluso, la propia imagen. Por ello, es fundamental un buen uso de las **normas de cortesía** y de las fórmulas atenuantes de un mensaje, puesto que puede ser interpretado de manera negativa.

- **Actos que ponen en riesgo la imagen positiva del que los realiza:** promesas, compromisos, contratos, etc., son actos que limitan la libertad del que los lleva a cabo. También lo son las confesiones, las autocríticas, las peticiones de perdón, etc. Con estos actos los hablantes se rebajan a sí mismos, reconocen sus errores y ponen en cierto riesgo su imagen social.
- **Actos que ponen en riesgo la imagen negativa del receptor de la información:** órdenes o peticiones son un ejemplo, puesto que limitan su posibilidad de actuación. El receptor queda degradado jerárquicamente frente al emisor de la orden o la petición. Debe realizar una acción solicitada por otro. Se restringe su libertad de actuación.
- **Actos que ponen en riesgo la imagen positiva del receptor de la información:** insultos, burlas y cualquier tipo de elemento degradante. Todos estos actos comunicativos degradan la imagen social de quien los recibe.

Para que la comunicación de este tipo de actos de habla no cause daños en los interlocutores hay que tener en cuenta el eje horizontal y vertical que se ha tratado anteriormente, es decir, la distancia social o la cercanía, al igual que el coste y beneficio del acto de habla. Si se quiere pedir algo de gran valor o que suponga un gran esfuerzo para el interlocutor, no se debe hacer de la misma manera que para peticiones menores.

Como se puede comprobar, en multitud de ocasiones es necesario formular mensajes con una carga negativa innegable. Para mantener adecuadamente las relaciones sociales, se deben emplear los mecanismos correctores que facilitan los elementos de cortesía. Si se atiende a la imagen pública a la que afectan hay dos tipos de cortesía: la **positiva** y la **negativa**. En la primera lo que interesa es el interlocutor: se le pregunta, se muestra cercanía y confianza, etc. En la segunda, no se le obliga a hacer nada ni se invade su territorio.

Para conseguir salvaguardar la imagen del otro existen un conjunto de estrategias o recursos verbales que hay que saber utilizar de manera apropiada. Se clasifican atendiendo a su nivel de amenaza en relación con el interlocutor.

En una situación de mucha familiaridad se puede emplear una estrategia muy directa, puesto que no se pretende proteger la imagen del interlocutor. Si una madre está cansada de que su hijo tenga el cuarto desordenado podrá decirle: «Limpia y recoge de una vez tu habitación, que estoy harta de decírtelo». Utiliza el modo imperativo de los verbos y emplea expresiones como «de una vez» o «estoy harta» que resaltan su enfado.

Se pueden encontrar circunstancias en que las estrategias están abiertas y orientadas a la imagen positiva: «Bichito, puedes planchar tú la ropa, "porfi", es que vengo reventado del trabajo». En estos casos, el hablante se dirige con términos afectuosos y que ensalzan a su interlocutor, con el fin de conmovirle para que realice una acción concreta.

También hay estrategias que se hallan abiertas y orientadas a la imagen negativa: «Pedro, plancha la ropa, que nos vamos a quedar sin nada que ponernos». En estos casos, la imagen del hablante no se ensalza, por el contrario, el acto de habla se realiza sin ningún tipo de elogio del interlocutor.

Otro tipo de estrategias son las encubiertas, en las que se utiliza un lenguaje indirecto que permite al interlocutor saber qué quiere realmente el hablante.

Ejemplo

Si una persona le pregunta a otra con la que no tiene demasiada confianza por las razones por las que se ha divorciado, es probable que la segunda se sienta agobiada, puesto que supone una intromisión a su privacidad. Esta idea de no invadir al interlocutor inapropiadamente es esencial para realizar un acto comunicativo exitoso.



Importante

Para realizar una petición hay que tener en cuenta la relación social con el interlocutor. No se pedirá la sal de la misma manera en una mesa que comparte una madre con su hijo, que si se pide a un cliente con el que se va a cerrar un acuerdo importante para la empresa y con el que solo se mantiene una relación mercantil. En el primer caso bastará con decir: «Pásame la sal». En el segundo caso, será más adecuada la siguiente expresión: «Por favor, ¿podría pasarme la sal?».



Consulta

Para consultar más información sobre las distintas maneras de saludar en el mundo, puedes ver el siguiente vídeo: <http://bit.ly/1DzInNQ>.



Por ejemplo, se puede decir «le falta sal a la comida», con la intención de que el interlocutor se levante a por la sal.

Existen actos de habla que se basan en la opción de la renuncia, es decir, se elige no realizar el acto de habla. Suelen emplearse si el hablante percibe que el riesgo de ofensa es demasiado elevado, por lo que opta por una posición extremadamente prudente.

Las normas de cortesía son fundamentales para interaccionar socialmente en las mejores condiciones y, por tanto, con el mayor éxito comunicativo posible. Para comprenderlas en su totalidad, hay que tener presente que la implicación de las mismas varía notablemente dependiendo de las diversas culturas.

Así, por ejemplo, la cortesía verbal es entendida de manera muy diferente por un hablante chino y otro estadounidense o incluso por dos hablantes españoles de veinte y ochenta años, respectivamente. Ser consciente de su importancia y uso proporcionará muchas ventajas sociales.

Para ejemplificar la relación social que se produce en una comunicación, y en concreto los elementos que atañen al eje vertical, se puede analizar el siguiente fragmento extraído del *BOE (Boletín Oficial del Estado)*. Se trata de una disposición legal en la que se pueden apreciar claramente los rasgos estudiados a lo largo de la unidad didáctica: propósito o intención comunicativa, ideas principales y secundarias, estructura formal, registro lingüístico y adecuación al contexto.

Los órganos con dotación diferenciada en los presupuestos generales del Estado que, careciendo de personalidad jurídica, no están integrados en la Administración general del Estado, forman parte del sector público estatal, regulándose su régimen económico-financiero por esta ley, sin perjuicio de las especialidades que se establezcan en sus formas de creación, organización y funcionamiento. No obstante, su régimen de contabilidad y de control quedará sometido en todo caso a lo establecido en dichas normas, sin que les sea aplicable en dichas materias lo establecido en esta ley

Fuente: boe.es (<http://bit.ly/15sdcnZ>).

Textos como el anterior, de carácter legal, utilizan habitualmente un lenguaje muy elaborado que los aleja de sus interlocutores, estableciendo una diferenciación jerárquica.

Intención comunicativa
Las disposiciones legales son documentos para desarrollar jurisprudencia. Por lo tanto, su intención es informativa y prescriptiva, puesto que, como presenta un texto legal, este es de obligado cumplimiento
Ideas principales y secundarias
Idea principal: incluir bajo la ley presentada a aquellos sectores de la administración que no están integrados en la Administración general del Estado. Idea secundaria: se manifiesta que en ciertos casos mantienen su autonomía de gestión respecto a esta ley
Estructura formal
No puede dividirse en diferentes partes. Este párrafo es unitario en sí mismo y versa sobre el tratamiento de la ley en los diferentes territorios del estado
Registro lingüístico
Registro elevado, perteneciente a un nivel especializado, con carga de tecnicismos, que se dirige a un grupo cerrado de profesionales
Adecuación al contexto
Aunque para la mayoría de los ciudadanos estos textos resultan excesivamente complejos y, por tanto, difícilmente interpretables, en realidad son adecuados para los receptores de los mismos (juristas, economistas y otros profesionales especializados)

Resumen

En esta unidad didáctica se ha aprendido que:

- Los principales elementos del acto comunicativo son: el emisor, el receptor, el mensaje, el canal, el código, el contexto y la situación comunicativa.
- Todo acto comunicativo se realiza con una intención que determinará las características y funciones del lenguaje empleado por los interlocutores.
- Las distintas funciones del lenguaje son: la referencial, la apelativa, la expresiva, la fática, la metalingüística y la poética.
- Comunicarse no es solo un acto lingüístico, sino que en la comunicación afectan de manera muy importante las realidades extralingüísticas, es decir, la situación comunicativa y el contexto lingüístico.
- El espacio y el tiempo en el que se produce la comunicación, la relación entre los interlocutores, la edad y el sexo de los mismos, sus respectivos estados de ánimo y otros muchos factores, deben ser conocidos y tenidos en cuenta para crear e interpretar actos comunicativos.
- El lenguaje no es una realidad estática, sino que está influido por las variantes geográficas, sociales y situacionales.
- Dentro de las variantes sociales, se distingue entre el nivel vulgar, el medio y el alto en función del nivel cultural de los hablantes.
- Para realizar un intercambio comunicativo con éxito es muy necesario tener presente que las personas son seres sociales y, como tal, basan sus interacciones verbales en normas sociales.
- Es necesario saber adecuarse al registro lingüístico más apropiado y saber utilizar los recursos de la cortesía verbal de manera eficaz, para así alcanzar las metas comunicativas y respetar la imagen y el territorio del interlocutor.



Reflexión final

Aunque en el día a día no se aprecia la importancia de los actos comunicativos, puesto que son habituales y se vive rodeado de ellos, la capacidad para comunicarse es una gran habilidad, puesto que implica el control de múltiples factores y el dominio de un código complejo: la lengua.

Comprueba lo que has aprendido

1. ¿Qué pretende el emisor en la función referencial?

- a. Presentar la realidad y dar una información objetiva.
- b. Convencer al receptor para que realice una acción concreta.
- c. Las dos anteriores simultáneamente.
- d. Expresar conceptos sobre el propio lenguaje.

2. Identifica los factores de la comunicación que intervienen en cada uno de los actos comunicativos siguientes.





3. ¿Quién es el destinatario del mensaje?

- a. Es el mismo que el receptor.
- b. Puede coincidir o no con el receptor.
- c. Ninguna de las respuestas es correcta.
- d. Siempre es diferente al receptor.

4. Identifica la estructura formal del siguiente texto como también sus ideas principales y secundarias.

Copiar, cortar y pegar. Trabajo con bloques de texto.

Cortar (**Ctrl+X**)

Primero seleccionamos la palabra o texto y al pulsar sobre el botón **Cortar** el texto desaparece de la pantalla y se guarda en la memoria del **Portapapeles**. Ahora colocamos el cursor en el sitio donde queremos pegar el texto y pulsamos el botón **Pegar** (**Ctrl+V**).

Copiar (**Ctrl+C**)

Seleccionamos la palabra o texto y pulsamos **Copiar**. El texto sigue en su sitio, pero una copia se guarda en la memoria del **Portapapeles**. Para pegar la selección situamos el cursor en el lugar donde queremos colocar el texto y pulsamos **Pegar** (**Ctrl+V**). El texto seleccionado habrá quedado en su sitio original y además lo tendremos pegado en el lugar elegido.

Pegar (**Ctrl+V**)

Tras colocar el cursor en el lugar elegido y pulsar en el botón **Pegar**, el bloque que hemos cortado o copiado antes y se ha guardado en la memoria del **Portapapeles**, aparece en su nueva ubicación. Un bloque de texto copiado o cortado puede pegarse varias veces y en distintos sitios.

5. Señala si son verdaderas o falsas las siguientes afirmaciones respecto a los elementos comunicativos de los distintos tipos de texto empleados en la vida cotidiana.

	V	F
Las cartas comerciales, igual que las oficiales, se presentan con un saludo convencional y se cierran con una despedida formal, lejos de usos personalizados		
En las disposiciones legales se emplea un lenguaje formal cargado de tecnicismos		
Las solicitudes o los documentos informativos recurren a un lenguaje informal, propio de un registro vulgar		
Los anuncios publicitarios destacan por su brevedad, concisión y fácil asimilación por parte del consumidor		
Los anuncios tienen una única intención comunicativa muy concreta: aumentar el consumo de lo que se ofrece		

6. Identifica el significante y significado en los siguientes signos lingüísticos.

a. El silbido del árbitro en un partido.

Significante:

Significado:

b. El maullido de un gato.

Significante:

Significado:

c. La pintura azul en una zona de estacionamiento.

Significante:

Significado:

d. La bandera de un país.

Significante:

Significado:

7. Identifica los tecnicismos que residen en el lenguaje especializado de los siguientes textos.

a. «Los sujetos pasivos o las sociedades dominantes o entidades cabeceras de grupos que se encuentren acogidos al sistema de cuenta corriente en materia tributaria deberán tener en cuenta el procedimiento establecido en la Orden de 22 de diciembre de 1999, por la que se establece el procedimiento para la presentación electrónica de las declaraciones-liquidaciones que generan deudas o créditos que deban abonarse en la cuenta corriente en materia tributaria.»

Fuente: boe.es (<http://bit.ly/1BaZNvG>).

b. «Un mayor nivel económico se asocia positivamente a la realización de mamografías. (...) Respecto a la realización de citologías para detectar el cáncer de cérvix, observamos que los niveles educativos más altos presentan una mayor probabilidad de realizar una citología.»

Fuente: M. A. Martínez Huedo (<http://bit.ly/1ydaR8t>) [Adaptado].

8. ¿Qué son las jergas?

- Usos lingüísticos asociados a colectivos que comparten rasgos comunes y que, por tanto, tienen una identidad propia.
- Usos lingüísticos asociados a una profesión.
- Usos lingüísticos marginales, pertenecientes a grupos marginales.
- Usos lingüísticos asociados a personas de alta cualificación.

Soluciones

1. ¿Qué pretende el emisor en la función referencial?

- a. Presentar la realidad y dar una información objetiva.
- b. Convencer al receptor para que realice una acción concreta.
- c. Las dos anteriores simultáneamente.
- d. Expresar conceptos sobre el propio lenguaje.

2. Identifica los factores de la comunicación que intervienen en cada uno de los actos comunicativos siguientes.



El emisor es la gerencia del hotel, que instala la placa. Los receptores serán las personas hospedadas. El mensaje consiste en el número de habitación (404) y la indicación de prohibido fumar. El código es numérico (con números arábigos) y además simbólico (la señal de prohibido fumar). El canal es el soporte físico del cartel.



El emisor es el responsable de obras de la localidad. Los receptores son los viandantes que circulan por esa calle. El mensaje es «precaución». El código viene dado por el Reglamento General de Circulación. El canal es el cono utilizado en obras.

3. ¿Quién es el destinatario del mensaje?

- a. Es el mismo que el receptor.
- b. Puede coincidir o no con el receptor.
- c. Ninguna de las respuestas es correcta.
- d. Siempre es diferente al receptor.

4. Identifica la estructura formal del siguiente texto como también sus ideas principales y secundarias.

En este caso, dividir el texto en ideas principales y secundarias es una tarea ciertamente ambigua, debido a que el texto presenta una serie de normas para que toda aquella persona que lo consulta pueda conseguir sus objetivos, en este caso, cortar y pegar textos y trabajarlos de una manera determinada.

Por tanto, cada uno de los usos que el usuario quiere realizar cuando emplea el programa aparece descrito en dicho manual de instrucciones, por lo que la explicación de una instrucción frente a otra, no puede jerarquizarse con el criterio de mayor o menor importancia, es decir, idea principal o secundaria. El usuario consultará dicho manual atendiendo a las necesidades de consulta que demande.

Este texto se divide claramente en dos partes. En la primera parte se explica qué es trabajar con bloques de texto y cuáles son las funciones de copiar, cortar y pegar.

En la segunda parte del texto, se encuentra la información más específica, menos general, en la que se explica al usuario cómo puede realizar cada una de las siguientes funciones: cortar, copiar y pegar, explicando al usuario en qué consiste cada una de ellas y cómo llevarlas a cabo.

5. Señala si son verdaderas o falsas las siguientes afirmaciones respecto a los elementos comunicativos de los distintos tipos de texto empleados en la vida cotidiana.

	V	F
Las cartas comerciales, igual que las oficiales, se presentan con un saludo convencional y se cierran con una despedida formal, lejos de usos personalizados	X	
En las disposiciones legales se emplea un lenguaje formal cargado de tecnicismos	X	
Las solicitudes o los documentos informativos recurren a un lenguaje informal, propio de un registro vulgar		X
Los anuncios publicitarios destacan por su brevedad, concisión y fácil asimilación por parte del consumidor	X	
Los anuncios tienen una única intención comunicativa muy concreta: aumentar el consumo de lo que se ofrece		X

6. Identifica el significante y significado en los siguientes signos lingüísticos.

a. El silbido del árbitro en un partido.

Significante: el silbido.

Significado: puede tener varios significados (inicio o fin del partido, falta, etc.).

b. El maullido de un gato.

Significante: el maullido de un gato.

Significado: pueden ser varios (hambre, camelo, etc.).

c. La pintura azul en una zona de estacionamiento.

Significante: la pintura azul.

Significado: zona de estacionamiento de pago.

d. La bandera de un país.

Significante: la bandera de un país.

Significado: identificación nacional.

7. Identifica los tecnicismos que residen en el lenguaje especializado de los siguientes textos.

a. «Los sujetos pasivos o las sociedades dominantes o entidades cabeceras de grupos que se encuentren acogidos al sistema de cuenta corriente en materia tributaria deberán tener en cuenta el procedimiento establecido en la Orden de 22 de diciembre de 1999, por la que se establece el procedimiento para la presentación electrónica de las declaraciones-liquidaciones que generan deudas o créditos que deban abonarse en la cuenta corriente en materia tributaria.»

Fuente: boe.es (<http://bit.ly/1BaZNvG>).

b. «Un mayor nivel económico se asocia positivamente a la realización de mamografías. (...) Respecto a la realización de citologías para detectar el cáncer de cérvix, observamos que los niveles educativos más altos presentan una mayor probabilidad de realizar una citología.»

Fuente: M. A. Martínez Huedo (<http://bit.ly/1ydaR8t>) [Adaptado].

8. ¿Qué son las jergas?

- a. Usos lingüísticos asociados a colectivos que comparten rasgos comunes y que, por tanto, tienen una identidad propia.
- b. Usos lingüísticos asociados a una profesión.
- c. Usos lingüísticos marginales, pertenecientes a grupos marginales.
- d. Usos lingüísticos asociados a personas de alta cualificación.

2.

Principios en el uso de la lengua castellana



Contenidos



2. Principios en el uso de la lengua castellana

- 2.1. Introducción
- 2.2. Estructura y niveles de la lengua
- 2.3. Categorías gramaticales. Tipos de sintagmas
- 2.4. Oración y funciones sintácticas
- 2.5. Tipos de oraciones
- 2.6. Procedimientos de cohesión textual
- 2.7. Utilización del vocabulario en la expresión oral y escrita
- 2.8. Uso de las reglas de ortografía

Objetivos

- Reconocer las categorías gramaticales de la lengua castellana y las funciones de los distintos sintagmas.
- Identificar las características de los elementos sintácticos que conforman las oraciones.
- Conocer las oraciones simples y las compuestas, así como los diferentes tipos de oraciones compuestas.
- Reconocer los distintos procedimientos de cohesión textual.
- Mejorar el uso del léxico y la ortografía a través de la correcta acentuación, de la aplicación de las principales normas ortográficas y del uso adecuado de los signos de puntuación.



Reflexión inicial

La lengua es un elemento vivo que permite a los seres humanos comunicarse, gracias en gran medida a la asimilación de una serie de principios que hacen de cada idioma un código único, con unas reglas de uso particulares que deben conocerse para lograr un intercambio de información eficaz.





Introducción

2.1.

En esta segunda unidad didáctica se van a estudiar las partes y el funcionamiento del sistema lingüístico de cara a alcanzar una correcta utilización del mismo y lograr una expresión adecuada en cualquier entorno lingüístico. Se conocerán, por tanto, los principios en el uso de la lengua castellana, título que da nombre a esta unidad didáctica.

Más concretamente, podrá estudiarse cómo el código lingüístico, debido a su complejidad, se estructura en diversos niveles y se aprenderá que cada uno de ellos se centra en una parte diferente del estudio de la lengua.

Se abordará también de qué se ocupa cada nivel y se descubrirá cuáles son los elementos concretos de su estudio.

Para concluir, se prestará mucha importancia a la ortografía con el fin de que se pueda realizar una comunicación escrita adecuada, sujeta a las normas establecidas y aceptadas.

Estructura y niveles de la lengua

2.2.

Una lengua, como cualquier código, se configura a través de una serie de signos, en este caso lingüísticos, que permiten construir una estructura para relacionar y crear cada uno de sus componentes: fonemas, sílabas, palabras, sintagmas y oraciones.

Estas estructuras lingüísticas están jerárquicamente relacionadas y forman los tres niveles esenciales de la lengua: el fónico, el morfosintáctico y el semántico.

Cada uno de estos niveles se ocupa de la formación de una de las partes de la lengua y deben ser claramente diferenciados para poder comprender y analizar correctamente una lengua y, de esta manera, emplearla con adecuación, coherencia y cohesión.

Nivel fónico, morfosintáctico y léxico-semántico

2.2.1.

La estructura de una lengua se divide en diversos niveles. La lingüística es una disciplina que se especializa en su estudio y que presenta, por tanto, distintas modalidades. Así, se encuentra el nivel fónico, el morfosintáctico y el semántico.

El **nivel fónico** se centra en el estudio de los fonemas o sonidos que constituyen una lengua. Los fonemas y la oposición entre ambos es lo que permite crear y diferenciar sílabas y palabras entre sí. A esta disciplina se la denomina fonología.

El **nivel morfosintáctico** se divide en dos disciplinas diferenciadas: la morfología y la sintaxis.

La **morfología** estudia los mecanismos de formación de las palabras, su estructura, así como las categorías o grupos a los que pertenecen. La **sintaxis** se ocupa de los mecanismos de agrupamiento de las palabras, de su combinación en sintagmas y oraciones y de las funciones que estas estructuras realizan dentro de las oraciones, al igual que de la clasificación de las oraciones en función de sus características.

Por último, el **nivel semántico** se encarga del estudio de las palabras y de las relaciones establecidas entre ellas atendiendo a sus significados.

?? ¿Sabías que...?

Todos los lenguajes poseen una sintaxis determinada, incluso los informáticos. El lenguaje HTML, por ejemplo, utiliza un sistema de jerarquías y los símbolos <> para marcar el orden de los elementos de las páginas webs.

```

1 <!DOCTYPE html PUBLIC "-//W3C//DTD HTML>
2 <html>
3   <head>
4     <title>Example</title>
5     <link href="screen.css" rel="style.
6   </head>
7   <body>
8     <h1>
9       <a href="/">Header</a>
10    </h1>
11    <ul id="nav">
12      <li>
13        <a href="one/">One</a>
14      </li>
15      <li>
16        <a href="two/">Two</a>
17    </li>

```