

CBS

Colegio Bautista Shalom



Comunicación y Lenguaje 2

Segundo Básico

Primer Bimestre

Contenidos

LENGUA

- ✓ DIALECTO, SUSTRATO, ESTRATO, SUPERESTRATO Y PIDGIN.
- ✓ FUNCIONES DEL LENGUAJE.
- ✓ FUNCIÓN INFORMATIVA, REFERENCIAL O REPRESENTATIVA.
- ✓ FUNCIÓN EXPRESIVA O EMOTIVA.
- ✓ FUNCIÓN CONATIVA O APELATIVA.
- ✓ FUNCIÓN FÁTICA.
- ✓ FUNCIÓN POÉTICA.
- ✓ FUNCIÓN METALINGÜÍSTICA.
- ✓ LAS FUNCIONES DEL LENGUAJE EN LA PUBLICIDAD.

REGISTRO LINGÜÍSTICO

- ✓ REGISTRO COLOQUIAL.
- ✓ REGISTRO FORMAL.
- ✓ REGISTRO TÉCNICO.

SEÑALES NO VERBALES

- ✓ TIPOS DE LENGUAJE NO VERBAL.

COMPRENSIÓN E INTERPRETACIÓN

LA PREDICCIÓN

- ✓ DENOTACIÓN Y CONNOTACIÓN.
- ✓ SIGNIFICACIONES DENOTATIVAS Y CONNOTATIVAS.
- ✓ LENGUAJE DENOTATIVO.
- ✓ LENGUAJE CONNOTATIVO.
- ✓ LA DENOTACIÓN O TÉRMINO REPRESENTATIVO.
- ✓ LA CONNOTACIÓN O TÉRMINO EVOCATIVO.
- ✓ LA CONNOTACIÓN PROPIA Y COMPARTIDA.
- ✓ LA PÉRDIDA DEL VALOR DENOTATIVO.

LA ESCUCHA

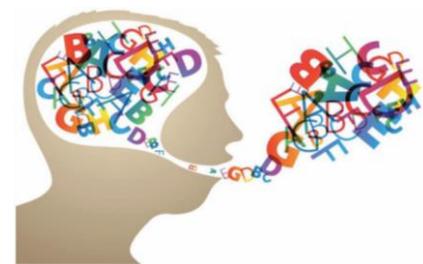
COMUNICACIÓN ORAL

- ✓ FUNCIONES DE LA COMUNICACIÓN.
- ✓ PROCESO DE COMUNICACIÓN.
- ✓ ELEMENTOS PARALINGÜÍSTICOS EN LA COMUNICACIÓN ORAL.
- ✓ ALGUNOS ELEMENTOS PARALINGÜÍSTICOS.
- ✓ RECURSOS AUDIOVISUALES.
- ✓ TÉCNICAS GRUPALES DE COMUNICACIÓN ORAL.

NOTA: al finalizar tu aprendizaje, encontrarás ejercicios a resolver. Sigue las instrucciones de tu catedrático(a).

LENGUA

La lengua se define como el sistema de asociaciones entre ideas y sonidos o gestos, abarcando tanto los lenguajes orales como los del cuerpo, que cada grupo humano desarrolla para comunicarse. Este sistema se estructura en varios componentes fundamentales:



- **Fonología:** Estudio y organización de los sonidos.
- **Morfología:** Conformación y formación de las palabras.
- **Sintaxis:** Reglas gramaticales que determinan la estructura de las oraciones.
- **Semántica:** Significados de las palabras y oraciones.
- **Pragmática:** Contextos y significados culturales que se derivan del uso comunicativo.

Existen múltiples definiciones y enfoques respecto al concepto de lengua, sus usos y características. Entre estos destacan:

- **Lengua franca:** Idioma que actúa como puente comunicativo entre diversos grupos. Por ejemplo, el suahili es considerado lengua franca en África, el inglés desempeña esa función a nivel mundial, y el esperanto se proyecta como un posible idioma puente global.
- **Lengua madre:** Se refiere a la lengua original de la que se derivan otras, como ocurre con las lenguas indoeuropeas. También se conoce como lengua materna a la primera lengua que se aprende y se hereda en el seno familiar.
- **Lengua muerta:** Idioma que ya no se utiliza en la comunicación cotidiana.
- **Lengua segunda:** Idioma que se aprende tras dominar la lengua materna. En el caso de los niños que crecen en un entorno bilingüe o multilingüe, se les considera de forma natural bilingües o multilingües desde la infancia.

Es fundamental reconocer que todas las lenguas, sin excepción, poseen un alto grado de complejidad. No existen lenguas "salvajes", primitivas, rudimentarias o atrasadas, ya que todos los sistemas lingüísticos tienen la capacidad de expandirse, adaptarse y evolucionar a lo largo del tiempo. La gramática de una lengua amazónica o de una lengua indígena de tradición oral, por ejemplo, no carece de estructura, complejidad ni creatividad en comparación con las denominadas lenguas modernas.

DIALECTO, SUSTRATO, ESTRATO, SUPERESTRATO Y PIDGIN

El **dialecto** se define como un sistema lingüístico derivado de otro, habitualmente limitado geográficamente, pero sin presentar una diferenciación tan marcada respecto a otros sistemas de origen común (según el Diccionario de la Lengua Española). En términos técnicos, se entiende por dialecto a una variante de una lengua, lo cual implica que toda lengua, tanto en su forma escrita como oral, se despliega en múltiples variantes dialectales. La dialectología, campo en constante expansión, ha ampliado y matizado las definiciones tradicionales, permitiendo apreciar, por ejemplo:

- **Ejemplo 1:** Las variaciones regionales del castellano. Así, la forma hablada en Madrid, Caracas, Buenos Aires o Guatemala constituye distintos dialectos de un mismo idioma, evidenciando la diversidad inherente a cualquier sistema lingüístico.
- **Ejemplo 2:** Comparativamente, en el inglés se distinguen tres variantes estándares – la del Reino Unido, la de Estados Unidos y la de Australia – mientras que otras variantes, como las habladas en África o en el subcontinente indio, se denominan “variantes indígenas”.
- **Ejemplo 3:** En contextos multilingües, como ocurre en Perú con el quechua y el castellano, se observa una tensión lingüística. Aquí, cada variedad regional de una lengua exhibe grados de sincronía (en niveles sintáctico, fonológico, semántico o morfológico) con la estructura del sistema central, aunque, en el caso de dos lenguas en contacto, la mayoritaria tiende a prevalecer sobre la minoritaria.

Resulta complejo precisar el umbral exacto en el que un dialecto transita a constituir una lengua nueva, ya que las fronteras lingüísticas son difusas y dependen de múltiples factores históricos, sociales y estructurales. Un claro ejemplo de esta transformación lo constituyen los idiomas mayas, que evolucionaron desde lo que inicialmente fue considerado un dialecto hasta consolidarse como lenguas diferenciadas.

Desde la perspectiva diacrónica –es decir, el estudio de la evolución lingüística a lo largo del tiempo– toda lengua experimenta cambios constantes, tanto por procesos internos como por influencias externas. De esta dinámica emergen conceptos fundamentales como **estrato, sustrato, adstrato y superestrato**:

- **Estrato:** Se refiere al conjunto de elementos integrados en la formación de una lengua, provenientes de diversas capas históricas y culturales.
- **Sustrato lingüístico:** Denomina la lengua que, tras un proceso de invasión, conquista u otra situación de presión cultural, es reemplazada por otra. No obstante, los rasgos fonéticos y gramaticales del sustrato pueden persistir en la lengua dominante, manifestándose en niveles léxico, morfológico o sintáctico.
- **Adstrato (o parastrato):** Hace referencia a la influencia recíproca entre lenguas o dialectos vecinos que conviven en un mismo territorio o en territorios colindantes.

Ejemplos de esta interacción se observan en la convivencia entre el catalán y el castellano, el gallego y el asturiano, o el vasco y el castellano. Durante la evolución lingüística, las líneas divisorias entre sustrato y adstrato pueden difuminarse, ya que ambas lenguas conviven y se influencian mutuamente.

- **Superestrato:** En contraposición al sustrato, el superestrato designa aquella lengua que, aunque impuesta o extendida por el dominio de otra cultura o poder, llega a influir sobre la lengua original. Un ejemplo ilustrativo es el castellano, donde la pérdida de la f-inicial del latín –transformándose en una h- aspirada en español– se atribuye a un sustrato prerromano; y, de manera similar, las alteraciones en el habla ocasionadas por el dominio musulmán en la península han dejado huellas en el español actual, a pesar de haber desaparecido como lengua propia.

Por otro lado, el **pidgin** (también denominado *sabir*) es una variedad lingüística que surge del contacto entre dos o más lenguas con el propósito práctico e inmediato de facilitar la comunicación entre individuos o grupos que no comparten una lengua común. Esta modalidad lingüística, de carácter eminentemente funcional, se caracteriza por:

- Ser una lengua mixta resultante del contacto social y lingüístico entre varias lenguas, diseñada para atender necesidades comunicativas específicas.
- Transmitirse de generación en generación mientras subsista su función comunicativa, sin constituir una lengua con hablantes nativos.
- No ser producto de un préstamo intensivo de una lengua preexistente, lo que diferencia a los pidgins de las lenguas naturales.
- Presentar, en su fonología, rasgos que suelen aproximarse a la lengua de menor prestigio, contando generalmente con un repertorio fonético más reducido que la lengua dominante.
- En su sintaxis y morfología, evidenciar una carencia de flexiones nominales, pronominales y verbales, difuminando en ocasiones la frontera entre transitividad e intransitividad, lo que contribuye a una estructura organizativa relativamente sencilla.
- En el plano léxico, la mayor parte del vocabulario (en ocasiones superior al 80%) procede de la lengua dominante, lo que limita la polisemia y fomenta el uso de construcciones perifrásicas y compuestas.

Si bien en ocasiones se ha propuesto equiparar los pidgins con las lenguas criollas, existe consenso entre algunos estudiosos –como H. López Morales (1993) y R. A. Hudson (1980)– en que no todos los pidgins son lenguas de comercio, ni todas las lenguas de contacto cumplen los mismos criterios funcionales y estructurales.

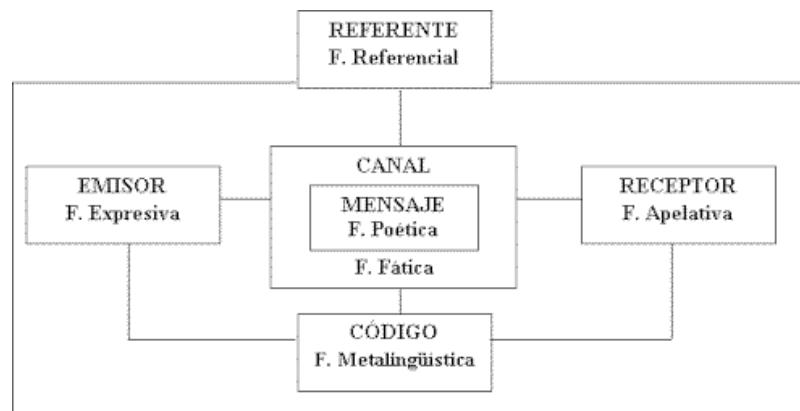
FUNCIONES DEL LENGUAJE

En cualquier acto de comunicación intervienen los siguientes factores:

1. **Emisor** del mensaje
2. **Receptor o destinatario** del mensaje.
3. **Canal** o contacto psicofísico entre emisor y receptor.
4. **Mensaje** o información transmitida.
5. **Referente** o contexto al que se refiere el mensaje.
6. **Código** en que está cifrado el mensaje y que es compartido por emisor y receptor.

Siempre que utilizamos el lenguaje, lo hacemos con una intención o función determinada: informar, persuadir, ordenar, conmover... Según cuál sea nuestra intención en el momento de comunicarnos, destacará alguno o varios elementos de la comunicación.

No todos los mensajes desempeñan la misma función: algunos se limitan a informar, otros son un recurso para iniciar el contacto comunicativo, otros mensajes se emiten con el propósito de provocar una determinada reacción en el receptor, otros con la intención de cautivar la sensibilidad del destinatario.



La función que desempeña un mensaje viene determinada por el predominio de alguno de los elementos en el proceso comunicativo o porque el mensaje incide de manera directa sobre dicho elemento; sin embargo, es frecuente que un mismo mensaje desempeñe varias funciones a la vez. Las funciones, por tanto, no se dan de manera aislada, sino que aparecen combinadas en un mismo texto. De ningún acto de comunicación puede estar ausente ninguna de las tres funciones básicas (referencial, expresiva y apelativa). La metalingüística podría explicarse como una más de las especies de la función referencial, al ser el código uno de los objetos posibles del referente lingüístico; y la función fática o bien no es propiamente lingüística o bien se reduce a las fundamentales, con la particularidad de que la referencia sea alguno de los aspectos del acto mismo de comunicar.

En la siguiente tabla se resumen las características básicas de cada una de las funciones del lenguaje:

	Finalidad	Oración	Marcas gramaticales	Tipo de texto
R E P R E S E N T A T I V A	Transmitir contenidos de forma objetiva.	<ul style="list-style-type: none"> • Declarativa • Enunciativa 	<ul style="list-style-type: none"> • No marcada formalmente • Modo indicativo 	<ul style="list-style-type: none"> • Expositivo • Narrativo • Descriptivo • Conversacional
E X P R E S I V A	Expresar sentimientos, opiniones, deseos, es decir, la subjetividad del hablante.	<ul style="list-style-type: none"> • Exclamativa • Desiderativa • Dubitativa • Enunciativa 	<ul style="list-style-type: none"> • Texto centrado en el "yo". Verbos en 1^a persona. • Exclamaciones • Interrogación retórica • Deixis del emisor • Modo subjuntivo • Léxico valorativo 	<ul style="list-style-type: none"> • Expositivo - argumentativo • Conversacional • Descriptivo
C O N A T I V A	Influir en el comportamiento del receptor y provocar en él una reacción.	<ul style="list-style-type: none"> • Imperativa • Interrogativa • Enunciativa 	<ul style="list-style-type: none"> • Texto centrado en el "tú". Verbos en 2^a persona. • Modo imperativo • Apelación al receptor mediante vocativos. • Frases cortas y sobrecargadas de pronombres. 	<ul style="list-style-type: none"> • Argumentativo • Conversacional
F Á T I C A	Prolongar, establecer o interrumpir la comunicación.	<ul style="list-style-type: none"> • Enunciativa • Interrogativa • Imperativa • Etc. 	<ul style="list-style-type: none"> • Frases hechas • Muletillas • Frases breves • Repeticiones 	<ul style="list-style-type: none"> • Todos
P O É T I C A	Atraer la atención sobre la forma de la expresión lingüística.	<ul style="list-style-type: none"> • Todas 	<ul style="list-style-type: none"> • Figuras retóricas • Rima • Ritmo • Vocabulario muy connotativo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Cualquiera con intención poética

M E T A L I N G Ü Í S T I C A	Utilizar la lengua para hablar de la propia lengua.	• Enunciativa • Declarativa	• Sin marcas específicas	• Expositivo
---	---	--------------------------------	--------------------------	--------------

FUNCIÓN INFORMATIVA, REFERENCIAL O REPRESENTATIVA

La función referencial se orienta hacia el contexto, focalizándose en la relación que establecen los hablantes con el mundo que los rodea. En esencia, se trata de la capacidad del lenguaje para remitir a objetos, manifestaciones y realidades externas, constituyendo el puente entre las ideas y la experiencia tangible.

El **referente** de una palabra corresponde a su significado, tal como se define en el diccionario. Sin embargo, este significado enciclopédico difiere notablemente del que puede adquirir una palabra en un contexto literario o creativo. Por ejemplo, el “pozo” definido en un diccionario contrasta con el “pozo” evocado en un poema o una novela, en donde el escritor –y posteriormente el lector– asigna nuevos matices y significados basados en su experiencia y sensibilidad personal. En este sentido, la función referencial se materializa a través de mensajes conceptuales, que, al estar anclados en el contexto, tienen como objetivo primordial informar de manera clara, concreta y sin ambigüedades.

El estilo informativo requiere de un lenguaje que sea neutral en la entonación, evitando acentos emotivos que puedan desvirtuar el contenido. Los seres humanos poseemos una notable capacidad para emitir mensajes conceptuales, y esta habilidad se refleja en diversas manifestaciones: desde las señales horarias de un campanario, pasando por los titulares de un periódico y los anuncios publicitarios, hasta las narraciones documentales y, en ocasiones, en la literatura y el arte, donde la función informativa se entrelaza con la estética.

En el ámbito de los medios de comunicación, los mensajes informativos pretenden, en condiciones ideales y sin intenciones manipulativas, transmitir hechos o acontecimientos verídicos, inéditos y de interés general. Estos mensajes se estructuran de diversas formas:

1. **Noticia:** Narra un suceso puntual de interés, adaptándose a diferentes estructuras según el medio que la difunda.
2. **Crónica:** Amplía la noticia proporcionando detalles adicionales y un análisis más profundo, constituyendo una versión extendida en términos de extensión y profundidad.

3. **Reportaje:** Relata una serie de hechos en torno a un tema específico, incorporando entrevistas, opiniones, datos y cifras para ofrecer una visión comprensiva del acontecimiento.

No obstante, surge la pregunta sobre la posibilidad de informar de manera completamente objetiva. La transformación de un hecho en información implica, por naturaleza, una interpretación previa por parte del periodista. Este proceso de “traducción” de la realidad a un mensaje implica inevitablemente cierto grado de manipulación, aunque éste pueda minimizarse mediante el uso de un lenguaje preciso y neutral. Aislando los hechos de su contexto, se corre el riesgo de perder la riqueza y complejidad de la realidad, convirtiendo la mera exposición de datos en una versión simplificada y potencialmente distorsionada.

En conclusión, si bien la objetividad absoluta en la comunicación es inalcanzable, es fundamental exigir que los mensajes informativos proporcionen al receptor todos los elementos relevantes –idealmente sin exclusiones interesadas–, de modo que este pueda formar un juicio de valor informado y crítico.

FUNCIÓN EXPRESIVA O EMOTIVA



La función expresiva o emotiva se caracteriza por revelar el estado de ánimo, las emociones y los rasgos de personalidad del emisor. En este tipo de mensajes, el hablante se sitúa como punto de referencia, comunicando no solo información, sino también su actitud y sentimientos respecto a lo que expresa. Esta función se manifiesta tanto en el lenguaje verbal como en el no verbal.

En el plano verbal, las interjecciones, onomatopeyas y estructuras exclamativas –como “¡Ay!” o “¡Qué dolor!”– permiten transmitir de forma directa la emotividad inherente al mensaje. Complementariamente, la entonación, la intensidad de la voz, así como los gestos y tics corporales, refuerzan y matizan la expresión emocional, aportando capas adicionales de significado.

Desde las primeras etapas de la vida, el ser humano utiliza primordialmente el lenguaje afectivo para comunicar estados básicos (hambre, dolor, alegría, etc.). Aunque con el tiempo se desarrollos otras competencias comunicativas, estos elementos expresivos –gestos, inflexiones vocales y contacto físico– perduran y se adaptan en el discurso adulto, pudiendo incluso adquirir significados intencionales y multifacéticos. De este modo, una sonrisa puede ser interpretada como genuina o, por el contrario, como una estrategia para enmascarar sentimientos o manipular impresiones.

En el contexto de los medios de comunicación, los mensajes de opinión suelen tener una fuerte carga emotiva, ya que buscan no solo informar, sino también influir en la percepción y

en la actitud del público. Es aquí donde la función expresiva se entrelaza con la función conativa o apelativa, orientada a la persuasión y a la movilización del receptor.

FUNCIÓN CONATIVA O APELATIVA

La función conativa o apelativa se centra en el receptor, procurando inducir una respuesta o acción determinada. En este caso, el mensaje se formula con el objetivo de influir, aconsejar o persuadir, utilizando estrategias comunicativas que incentiven la reacción del interlocutor.

En el lenguaje verbal, esta función se evidencia a través del uso de imperativos y de enunciados interrogativos o exhortativos –por ejemplo, “¿Qué hora es?” o “¡Vete de una vez!”– que interpelan directamente al receptor. Este recurso comunicativo es ampliamente utilizado en contextos como la publicidad, las señales de tráfico y otros mensajes institucionales, donde la intención es movilizar al público hacia comportamientos específicos.

Al diseñar un mensaje con función conativa, se emplean recursos lingüísticos y paralingüísticos que facilitan la captación de la atención y estimulan la acción, buscando reducir las ambigüedades y generar una respuesta inmediata. En definitiva, mientras que la función expresiva se encarga de transmitir el sentir interno del emisor, la función conativa se orienta hacia el efecto deseado en el receptor, completando así el proceso comunicativo de forma integral.

FUNCIÓN FÁTICA

Se centra en el canal o contacto entre emisor y receptor. Sirve para establecer, prolongar o interrumpir la comunicación, para verificar el funcionamiento del circuito. Es la primera función verbal que adquirimos en la niñez. Con ella sólo se pretende que el canal permanezca abierto para que la comunicación se mantenga. El timbre del teléfono que avisa al receptor de una llamada cumple una función fática. Las frases insulsas que emitimos al encontrarnos con un vecino en el ascensor (“hola”, “hace un buen día”, etc.) desempeñan también una función fática, precomunicativa: su finalidad no es principalmente la de informar, sino la de facilitar el contacto social para poder introducir, posteriormente, mensajes de más enjundia.

Los mensajes persuasivos se emiten con el propósito de convencer, crear opiniones o cambiarlas e incitar a los receptores a realizar determinadas acciones. Estos mensajes ocupan buena parte de la prensa y del tiempo de emisión en televisión y radio, además de alcanzarnos a través de otros muchos canales: internet, vallas publicitarias, etc. Existen dos variedades de mensajes persuasivos: aquellos que intentan modificar la actitud del receptor con fines comerciales y lucrativos (publicidad) y aquellos otros que lo intentan con fines culturales, políticos, sociales o religiosos (propaganda). Entre éstas últimas están las campañas que incitan a practicar deportes, a dejar de fumar, a luchar contra el hambre en el mundo, a donar órganos para trasplantes, a pagar los impuestos... Son ejemplos de mensajes persuasivos que pretenden crear estados de opinión favorables a determinadas propuestas de carácter social o

político, pero que en ningún caso buscan el consumo de bienes y servicios con una finalidad de lucro.

La publicidad pone en contacto a productores y consumidores a través de los anuncios publicitarios, que deben conseguir en primer lugar atraer la atención del receptor y, posteriormente, suscitar su interés, despertar su deseo de consumir y provocar la adquisición de lo deseado.

Todos los anunciantes saben que el éxito de sus ventas depende más de la publicidad que de la calidad de sus productos. La publicidad crea necesidades y dependencias en el ciudadano, orienta sus deseos y le convierte en miembro anónimo de un colectivo sin identidad. La estrategia favorita de los técnicos publicitarios consiste precisamente en tratar a los consumidores como individuos, sin que éstos adviertan que, en realidad, son masa consumidora.



Los consumidores individuales creemos elegir libremente un determinado producto, pensamos que sus características nos convencen personalmente, que coinciden con nuestra manera de ser y de pensar; no nos damos cuenta de que, a la vez, cientos de miles de personas están haciendo lo mismo en otras partes del mundo: elegir aquellos productos o servicios que les ha impuesto la publicidad.

FUNCIÓN POÉTICA



La función poética se activa cuando el emisor desea que el receptor preste especial atención a la forma del mensaje, es decir, a cómo se expresa en lugar de únicamente qué se expresa. Para lograrlo, se recurre a un abanico de recursos retóricos y estilísticos cuyo fin último es la creación de belleza. Esta función se manifiesta de manera prominente en toda obra de arte –ya sea un poema lírico, una escultura o una composición musical–, donde el lenguaje se eleva de ser un mero vehículo de información a convertirse en un fin en sí mismo.

En el lenguaje cotidiano, las palabras sirven primordialmente para facilitar la comunicación entre emisor y receptor. Sin embargo, en el contexto literario, las palabras se transforman en elementos estéticos que constituyen un universo propio, capaz de evocar emociones, imágenes y sensaciones que perduran en el tiempo. Aquí, la finalidad práctica de comunicar se fusiona

con la intención estética de crear belleza: el impacto reside tanto en el contenido como en la forma en que éste se presenta.

El arte de la escritura reside en la capacidad de manipular el código lingüístico de manera innovadora. Los escritores se esfuerzan en encontrar fórmulas y estructuras que inviten al lector a concentrarse en el “cómo se dice” el mensaje. Este artificio extrañador, que puede llegar incluso a la ininteligibilidad, es una herramienta deliberada para romper con el uso convencional del lenguaje y generar una experiencia sensorial única. En el verso, por ejemplo, la exigencia formal se plasma a través de la meticulosa organización del número de sílabas, las pausas, los acentos y las rimas, construyendo una musicalidad y un ritmo que trascienden la comunicación ordinaria.

La función poética transforma el lenguaje en arte, enfatizando la forma, la estructura y el uso creativo del lenguaje para lograr que el mensaje no solo se entienda, sino que también convenga y deleite a quien lo recibe.

FUNCIÓN METALINGÜÍSTICA

La función metalingüística se activa cuando el mensaje se orienta a referirse al propio código lingüístico o a otros sistemas similares, es decir, cuando el lenguaje se utiliza de forma reflexiva para analizar, explicar o clarificar su propio funcionamiento. Por ejemplo, en la oración:

“La palabra ‘monosabio’ significa: ‘mozo que ayuda al picador en la plaza’.”

además de informar, se está utilizando el lenguaje para hablar sobre el lenguaje mismo; en este caso, se dice que la palabra “monosabio” está siendo mencionada, y el mensaje adquiere un carácter metalingüístico.

Un ejemplo adicional se encuentra en los textos bilingües, donde se diferencia el lenguaje objeto del metalenguaje. Por ejemplo, en un libro de inglés escrito en castellano, al afirmar:

“El verbo ‘to write’ es irregular. Su pasado es ‘wrote’ y su participio es ‘written’.”

se utiliza el castellano (metalenguaje) para referirse a elementos del inglés (lenguaje objeto). Este recurso permite analizar y discutir aspectos del sistema lingüístico en cuestión.

Cabe destacar que la función metalingüística no se limita al lenguaje verbal. En el ámbito de las artes visuales y cinematográficas, la práctica de reinterpretar o hacer referencia a obras preexistentes es una forma de expresión metalingüística. Un ejemplo es la manera en que Picasso, al reinterpretar “Las Meninas” de Velázquez, o el director Cameron Crowe, al rehacer “Abre los ojos” en “Vanilla Sky”, establecen un diálogo estético y conceptual con obras anteriores.

LAS FUNCIONES DEL LENGUAJE EN LA PUBLICIDAD

La publicidad, como herramienta esencial en el circuito económico, se vale de múltiples funciones del lenguaje para persuadir y movilizar al consumidor. Estas funciones se integran de manera estratégica en los mensajes publicitarios:

1. Función Apelativa o Conativa:

Predomina en el discurso publicitario, cuyo objetivo es incitar al receptor a la acción.

Los mensajes están diseñados para persuadir y convencer al consumidor de adquirir un producto o servicio. Por ejemplo, un eslogan como “Hacerlo inolvidable es cosa tuya” invita directamente a la acción y al compromiso personal.

2. Función Expresiva o Emotiva:

Se encarga de transmitir emociones y sensaciones que se asocian al consumo. Un anuncio que utiliza frases como “Mmmmmhh Lindt” busca generar placer y satisfacción, conectando emocionalmente con el receptor y reforzando la imagen de la marca.

3. Función Poética:

Aunque la finalidad principal de la publicidad no es la creación artística, el empleo de recursos retóricos y estilísticos (metáforas, juegos de palabras, ritmo y musicalidad) potencia la eficacia del mensaje. Este artificio, que recuerda a la construcción del verso –donde se cuidan aspectos como el número de sílabas, pausas, acentos y rimas–, se utiliza para captar y mantener la atención del consumidor, como en campañas que apelan a la creatividad y a la originalidad.

4. Función Referencial:

Está presente al hacer alusión directa al producto, marca, servicio o idea que se promociona. No obstante, en el contexto publicitario esta referencia es parcial, pues se destacan únicamente los atributos más atractivos o innovadores del producto, como en el eslogan “Airtel. Llevamos la voz.”

5. Función Fática:

Su objetivo es establecer, mantener o verificar el canal de comunicación entre el emisor y el receptor. En publicidad, se emplea a través de mensajes redundantes o reiterativos que aseguran la captación del mensaje, como ocurre en anuncios que utilizan repeticiones para afianzar la identidad de la marca, por ejemplo: “¿De qué? ... De Gin MG.”

6. Función Metalingüística:

Ocasionalmente, la publicidad recurre a esta función para aclarar o resaltar expresiones con un valor especial. Por ejemplo, mediante el uso de lemas en latín como:

“Quodque avellanorum provatum, no resistere placere potatum”
que, acompañado de una interpretación, añade un toque de sofisticación y refuerza la imagen de exclusividad o efectividad del mensaje.

La publicidad utiliza un entramado de funciones del lenguaje para no solo informar, sino también para emocionar, persuadir y mantener la atención del consumidor, jugando un papel central en la creación de necesidades y en el dinamismo del sistema económico.

REGISTRO LINGÜÍSTICO

La variación lingüística según las circunstancias se conoce como registro lingüístico, es decir, la adaptación del uso del lenguaje a contextos y situaciones específicos. Dentro de esta diversidad, el **registro coloquial** —también denominado registro informal— se caracteriza por ser la forma de comunicación habitual en situaciones familiares y relajadas. En este contexto, el intercambio de ideas, emociones e información cotidiana prevalece sobre el apego riguroso a las normas lingüísticas formales.

El registro coloquial se manifiesta principalmente en la comunicación oral, por ejemplo, en conversaciones entre amigos o en el entorno escolar. Sin embargo, es importante que los hablantes, especialmente en contextos formativos, sean conscientes de cuándo es adecuado emplear este registro y cuándo se requiere una comunicación más formal y normativa.

Como ejemplo, el siguiente recuadro:

<p>Nivel fónico</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Se destaca la importancia del acento, la entonación y los alargamientos enfáticos (por ejemplo: “¿Qué has sido túuuu?” o “iNoooo!”). ▪ En el discurso oral se observa una pronunciación relajada (por ejemplo: “ciudá” en lugar de “ciudad”, “instituto” sin marcar todas sus sílabas). ▪ Uso frecuente de onomatopeyas que imitan sonidos o expresan emociones (por ejemplo: iBuaaaa!).
<p>Nivel gramatical</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Empleo de vocativos y elementos apelativos que establecen cercanía, tales como “Oye”, “Mira”, “¿Entendéis?”, “¿Eh?”, “iTú!”, “¿Vale?” o “¿Me oyes?”. • Inclusión de elementos intensificadores y atenuadores que modulan la carga afectiva, tanto a nivel morfológico (por ejemplo: “pero es que esa chica... iqué tipazo!”) como sintáctico (por ejemplo: “mis padres están con mi hermano que se suben por las paredes”). • Uso frecuente de pronombres y adverbios deícticos (como “yo”, “tú”, “aquí”, “ahora”) que se refieren al contexto situacional, con preferencia por el tuteo.

	<ul style="list-style-type: none"> • Empleo del dativo ético, expresado en oraciones como "No te me remontes". • Abundancia de conectores para asegurar la cohesión textual, tales como "es que", "pero", "además", "aparte", "por cierto", "bueno...". • Sintaxis abierta que se caracteriza por paráfrasis, rodeos explicativos, redundancias, anacolutos (por ejemplo: "Yo, desde que vi esa película, me gusta más el cine") y un orden subjetivo de las palabras (por ejemplo: "un cigarro, dámelo por favor"), llegando incluso a dejar oraciones inconclusas ("tío... no tenía ni idea... no sabía que..."). • Uso abundante de oraciones exclamativas e interjecciones, como "¡Cállate ya, caramba!", con una tendencia a la coordinación y yuxtaposición en lugar de la subordinación.
Nivel léxico-semántico	<ul style="list-style-type: none"> • Predominio de un léxico común y de uso frecuente, con términos de significado poco preciso y palabras genéricas (por ejemplo: "cosa", "poner", "eso", "hay", "gente"), acompañadas de frases hechas (como "aquí el que no corre, vuela") y metáforas cotidianas (por ejemplo: "menuda empanada mental"). • Apertura a la incorporación de jergas y expresiones propias del habla popular (por ejemplo: "curre", "mogollón"), que enriquecen y dinamizan la comunicación en contextos informales.

REGISTRO FORMAL

El registro formal se distingue por su adhesión estricta a la norma culta de la lengua, fruto de un aprendizaje sistemático durante la formación escolar. Este registro, que los hablantes adquieren y perfeccionan a través de la instrucción y la práctica constante, es la forma preferente de comunicación en ámbitos académicos, profesionales y en situaciones en las que se requiere dirigirse con respeto y estructura ante autoridades.

En contextos formales, tanto la expresión oral como la escrita deben cumplir con altos estándares de corrección y precisión. Por ello, es fundamental que quienes deseen dominar este registro se expongan de manera regular a textos y discursos formales, ya que la competencia lingüística se perfecciona no solo mediante el estudio teórico de las reglas, sino, sobre todo, a través de la práctica continua de un lenguaje elaborado y correcto.

Características esenciales del registro formal:

- **Estructura oracional completa y ordenada:** Se prioriza la construcción de oraciones bien formadas, que respeten la sintaxis normativa y permitan una exposición clara de las ideas.
- **Amplitud y precisión del vocabulario:** Se utiliza un léxico extenso y variado, haciendo uso de sinónimos y pronombres para evitar repeticiones innecesarias, lo que enriquece la expresión y refuerza la precisión del mensaje.
- **Desarrollo integral de ideas:** Los temas y argumentos se presentan de forma clara y exhaustiva, facilitando transiciones ordenadas entre diferentes conceptos y asegurando una exposición coherente.
- **Uso adecuado de conectores:** La incorporación de conectores precisos y bien elegidos clarifica las relaciones lógicas entre las ideas, lo que refuerza la cohesión y coherencia del discurso.

Un ejemplo paradigmático de registro formal lo encontramos en discursos orales de gran relevancia, como el de recepción del Premio Nobel de Literatura pronunciado por el escritor Mario Vargas Llosa. En este tipo de situaciones, la exposición de ideas se evidencia como cuidadosamente estructurada y ensayada, garantizando claridad, ausencia de repeticiones y el uso de un vocabulario amplio y preciso.

REGISTRO TÉCNICO

El registro técnico es el conjunto de términos, expresiones y estructuras lingüísticas propias de una especialidad o disciplina determinada. Constituye una variante de la lengua que emplean los integrantes de una comunidad específica, definida por su actividad profesional o área de conocimiento. Este registro es fundamental para asegurar la precisión y eficacia en la comunicación entre expertos, al mismo tiempo que facilita el intercambio de información compleja de manera clara y concisa.

En el ámbito educativo, especialmente en niveles como el bachillerato, los estudiantes aún no han alcanzado una especialización completa en ninguna disciplina; sin embargo, es crucial que reconozcan la existencia de palabras, expresiones y términos técnicos propios de las distintas áreas de estudio. Este conocimiento les permite comprender mejor los textos especializados y, eventualmente, desarrollar la capacidad de escribir y argumentar conforme a los estándares de cada ciencia.

En el campo de la ciencia, se pueden identificar dos niveles de registro técnico:

- **Registro técnico especializado:** Utilizado en textos científicos dirigidos a un público de expertos, en los que se emplea una terminología precisa y altamente específica para describir conceptos, procesos y resultados con rigor.
- **Registro técnico de divulgación:** Empleado en textos que buscan acercar el conocimiento científico a un público general. Aunque mantiene un nivel formal y

adecuado a las normas gramaticales, utiliza un lenguaje más accesible que facilita la comprensión sin sacrificar la exactitud conceptual.

Ambos niveles de registro técnico se rigen por la norma culta del idioma, asegurando la corrección y coherencia en la comunicación, pero se adaptan a las necesidades y conocimientos del receptor según el contexto.

Para ilustrar las diferencias entre estos dos niveles, se presentan a continuación dos ejemplos que abordan el mismo tema, permitiendo una comparación directa del uso del lenguaje en contextos científicos especializados versus divulgativos.

MATERIA OSCURA

La materia oscura es una forma de materia que, a diferencia de la materia ordinaria, no emite, absorbe ni refleja luz, lo que la hace prácticamente invisible para los instrumentos de observación basados en la radiación electromagnética. Su existencia se infiere a partir de sus efectos gravitatorios sobre la materia visible, siendo crucial para explicar la dinámica de galaxias y cúmulos de galaxias.

Necesidad de su descubrimiento:

La hipótesis de la materia oscura surgió para resolver discrepancias observadas en la cantidad de masa necesaria para explicar el movimiento de las galaxias. En la década de 1930, el astrónomo Fritz Zwicky observó que las galaxias del cúmulo de Coma se desplazaban a velocidades demasiado altas para estar unidas únicamente por la materia visible.

Posteriormente, en los años 70, estudios de las curvas de rotación de las galaxias realizados por Vera Rubin mostraron que la velocidad de rotación se mantenía constante o "plana" en regiones alejadas del centro galáctico, en lugar de disminuir como se esperaría según la distribución de la materia visible. Estos hallazgos sugerían la existencia de una gran cantidad de masa invisible que ejercía una influencia gravitatoria significativa.

¿Para qué sirve la materia oscura?

La materia oscura actúa como un andamio gravitatorio fundamental para la formación y evolución de las estructuras cósmicas. Su gravedad permite la formación y el mantenimiento de galaxias y cúmulos de galaxias, ya que sin ella la fuerza ejercida por la materia visible no sería suficiente para evitar que estas estructuras se dispersaran. Además, su presencia es esencial para los modelos cosmológicos actuales, que buscan explicar la evolución del universo desde el Big Bang hasta la actualidad.

¿De qué está conformada?

Aunque aún no se ha identificado con certeza su composición, se sabe que la materia oscura es mayoritariamente no bariónica, es decir, no está compuesta por los protones, neutrones y electrones que forman los átomos de la materia convencional. Entre los candidatos teóricos para constituir la materia oscura se encuentran partículas exóticas como los WIMPs (Partículas Masivas de Interacción Débil) y los axiones, que interactúan de manera muy débil

con la materia y la radiación, lo que explicaría su invisibilidad. La búsqueda de estas partículas continúa en experimentos de física de partículas y observatorios cosmológicos, con el objetivo de identificar la verdadera naturaleza de la materia oscura.

En resumen, la materia oscura fue postulada para explicar las anomalías en la dinámica de las galaxias y la estructura del universo, juega un papel esencial en la formación y estabilidad de las estructuras cósmicas y, aunque aún enigmática, se cree que está compuesta por partículas exóticas que aún no han sido detectadas directamente.

SEÑALES NO VERBALES

La comunicación no verbal abarca todos aquellos elementos expresivos que acompañan o incluso sustituyen el mensaje verbal. Desde la forma de pararse hasta la manera en que se interactúa en una conversación, estos elementos revelan actitudes, emociones y niveles de empatía. La correcta interpretación y utilización de las señales no verbales es crucial para transmitir confianza, seguridad y respeto en cualquier interacción.

1. Contacto visual:

Mantener un buen contacto visual es fundamental para establecer una conexión con el interlocutor. Mirar directamente a los ojos durante al menos dos o tres segundos al iniciar una conversación demuestra atención, concentración y respeto. Este gesto básico es la primera señal de apertura y disposición hacia el otro.

2. Apretón de manos:

El apretón de manos, ejecutado de manera firme y con una sonrisa, es una forma de comunicación táctil que expresa seguridad y cordialidad. En contextos de negocios o encuentros formales, un apretón de manos bien realizado puede ser la única forma de contacto físico, generando una primera impresión positiva.

3. Gestos eficaces:

Los movimientos de las manos, brazos y cabeza pueden reforzar el mensaje verbal, pero deben usarse con naturalidad. Es importante evitar gestos excesivos o que puedan distraer, como señalar con el dedo, jugar con objetos personales o mostrar inquietud de forma exagerada. Los gestos deben complementar y enfatizar el discurso sin robar protagonismo a las palabras.

4. Vestimenta y apariencia:

La forma de vestir y cuidar la apariencia personal es una poderosa señal no verbal. Un atuendo apropiado al contexto transmite profesionalismo y respeto, mientras que una buena higiene y moderación en el uso de accesorios (perfumes, joyería, etc.) completan la imagen. La presentación personal influye directamente en la percepción que los demás tienen de nosotros.

5. Postura corporal:

Adoptar una postura erguida y equilibrada refleja autoridad y confianza. Al estar de pie, es recomendable mantener los pies ligeramente separados y el peso bien distribuido; al

sentarse, usar el respaldo de la silla y mantener los brazos y manos visibles. Una postura abierta y relajada facilita el flujo de la conversación y transmite seguridad.

6. Expresión facial:

Las expresiones faciales son indicadores directos de las emociones. Cada emoción básica –como la alegría, la tristeza, el asco, el miedo, la sorpresa, la ira y el desprecio– se asocia a una configuración facial específica. Es fundamental que la expresión facial sea coherente con el mensaje que se desea transmitir, ya que una discordancia (por ejemplo, una cara temerosa al explicar algo positivo) puede generar confusión o desconfianza.

7. Paralenguaje:

El tono de voz, el ritmo, la velocidad, el volumen y la articulación forman parte del paralenguaje, que influye enormemente en cómo se percibe el mensaje. No es lo que se dice, sino cómo se dice; un tono adecuado puede transmitir entusiasmo, seriedad o empatía, mientras que un tono monótono o inadecuado puede restar impacto al mensaje.

8. Haptica y proxémica:

La comunicación a través del contacto físico (háptica) y la proximidad interpersonal (proxémica) también juega un papel importante. La cercanía física adecuada, el uso correcto de gestos de afecto o de cortesía, y el respeto del espacio personal son esenciales para establecer relaciones positivas y efectivas.

9. Atención a las señales del interlocutor:

Escuchar con los ojos es tan importante como escuchar con los oídos. Observar el lenguaje corporal y las expresiones faciales del interlocutor permite ajustar el discurso, interpretar preguntas o dudas y responder de manera empática y eficaz. La atención plena a las señales no verbales de los demás es un indicador de respeto y capacidad de liderazgo.

TIPOS DE LENGUAJE NO VERBAL

La comunicación no verbal se clasifica en varias categorías, cada una con su propia función y relevancia en la interacción social:

1. Gestos:

Incluyen todos los movimientos de las extremidades, de las manos o de la cabeza que pueden acompañar o reemplazar el lenguaje verbal. Los gestos son útiles para enfatizar, enumerar o señalar elementos específicos durante la comunicación.

2. Expresiones faciales:

Constituyen uno de los elementos más estudiados en la comunicación no verbal. La cara es el reflejo de nuestras emociones y reacciones; son universales y permiten identificar rápidamente estados de ánimo, como sorpresa, tristeza o alegría.

3. Postura y posición corporal:

La manera en que nos situamos en el espacio, ya sea al estar sentados o de pie, revela actitudes, niveles de confianza y disposición ante la interacción. Una postura abierta

sugiere receptividad, mientras que una postura cerrada o encorvada puede indicar desinterés o inseguridad.

4. Apariencia física:

La vestimenta y el cuidado personal no son meros elementos estéticos, sino parte integral del mensaje que se transmite. La elección de la ropa y el arreglo personal pueden comunicar profesionalismo, pertenencia a un grupo o incluso actitudes personales, configurando la primera impresión que se tiene de una persona.

5. Paralenguaje:

Se refiere a los aspectos vocales que acompañan el habla, como el tono, ritmo, pausas y volumen. Estos elementos enriquecen el mensaje verbal y permiten transmitir emociones y actitudes de forma sutil pero efectiva.

6. Haptica y proxémica:

La haptica se relaciona con el contacto físico (por ejemplo, apretones de manos, abrazos o palmadas), mientras que la proxémica estudia el uso del espacio en la interacción social. La distancia física, la forma de tocar o ser tocado y la disposición en el entorno son factores determinantes en la comunicación interpersonal.

COMPRENSIÓN E INTERPRETACIÓN

Comprender e interpretar un texto requiere un alto grado de atención y una estrategia personal que se adapte a las necesidades y objetivos de cada lector. En épocas de exámenes y acumulación de lecturas, es común sentirse abrumado por la cantidad de información a revisar, lo que puede afectar la concentración y el avance en el estudio. La psicóloga Estefanía Champa, de la Oficina de Servicio de Orientación al Estudiante (OSOE) en Perú, destaca la importancia de identificar los objetivos personales de lectura—ya sea aprobar un curso con una calificación determinada, mejorar la comprensión o, simplemente, disfrutar del proceso—para poder diseñar y aplicar una estrategia eficaz.



Existen diversas técnicas que facilitan la comprensión y la interpretación de los textos. A continuación, se presentan algunas de las más efectivas:

1. Lectura Activa:

Para estimular el interés y la comprensión, es fundamental activar los conocimientos previos. Antes de sumergirse en la lectura, se recomienda ojear el texto, prestar atención a los títulos y subtítulos, y generar expectativas sobre los temas a tratar. Esta técnica no solo motiva la lectura, sino que también ayuda a identificar áreas de interés y posibles lagunas en el conocimiento que pueden ser objeto de investigación adicional.

2. Gestión del Tiempo:

Identificar el momento del día en el que se es más receptivo es clave para una lectura efectiva. Cada persona tiene sus propios ritmos y, en ocasiones, leer en un horario no

adecuado—por ejemplo, justo después del almuerzo—puede dificultar la concentración y reducir la efectividad del estudio. Ajustar el tiempo de lectura a los períodos en los que se está más alerta y activo puede transformar la actitud hacia el proceso y mejorar significativamente la comprensión.

3. Organización:

Una planificación adecuada es esencial para gestionar la carga de lectura. Establecer un horario que distribuya de forma equilibrada el tiempo destinado a cada texto evita la acumulación de lecturas para el final, lo que podría generar estrés y una comprensión superficial. Organizar el material de estudio y cumplir con los tiempos planificados contribuye a un aprendizaje más profundo y ordenado.

4. Participación en Talleres Académicos:

Los talleres y actividades de lectura en grupo son espacios ideales para desarrollar habilidades interpretativas y de análisis crítico. Compartir puntos de vista, debatir ideas y recibir retroalimentación de compañeros y docentes enriquece el proceso de lectura, permitiendo que cada estudiante afine su capacidad para interpretar y valorar distintos matices del texto.

La comprensión e interpretación de textos no es una habilidad innata, sino que se desarrolla mediante la aplicación constante de estrategias adaptadas a las necesidades y objetivos individuales. Al combinar técnicas de lectura activa, gestión del tiempo, organización y participación en talleres académicos, los estudiantes pueden mejorar significativamente su capacidad para procesar y comprender la información, lo que se traducirá en un mejor desempeño académico y en una apreciación más profunda del conocimiento.

LA PREDICCIÓN

La predicción es una estrategia inferencial en la comprensión lectora que permite al lector anticipar lo que sucederá a continuación en el mensaje. Este proceso implica anunciar o conjeturar sobre el desarrollo del texto basándose en indicios y observaciones, es decir, en juicios formados a partir de las pistas disponibles. La capacidad predictiva se apoya en la información explícita del texto y en los conocimientos previos del lector, quienes combinan ambos elementos para formular hipótesis acerca del contenido futuro.

Según Smith (1990), la predicción consiste en descartar alternativas improbables mediante la formulación de preguntas que guían al lector a lo largo del texto. Por su parte, Solé (2001) señala que la lectura es un proceso continuo de formulación y verificación de hipótesis, donde el lector se apoya en elementos textuales como la superestructura, los títulos, las ilustraciones, los encabezamientos y otros índices que, junto a su experiencia y conocimientos previos, permiten vislumbrar el posible contenido del mensaje.

Es importante destacar que la predicción no se encuentra explícita en el texto, sino que es una construcción activa del lector. Este proceso de inferencia y verificación contribuye a una

comprensión más profunda, ya que el lector confirma o corrige sus hipótesis en función de la coherencia que observa entre la información proporcionada y su saber previo.

DENOTACIÓN Y CONNOTACIÓN

En el lenguaje humano, cada palabra posee dos dimensiones de significado: el **significado denotativo** y el **significado connotativo**. Estos dos niveles permiten que el lenguaje sea tanto una herramienta precisa para transmitir información como un vehículo de matices emocionales y culturales.



Significación Denotativa

La **denotación** se refiere al significado objetivo y literal de una palabra, aquel que se encuentra establecido en los diccionarios y que se utiliza en el plano formal de la lengua. Es el sentido recto y único con el que se entiende una palabra, sin influencias personales ni emocionales. Por ejemplo:

- “Te compraré un par de zapatos.”
- “Tienes los zapatos sucios.”
- “Los delincuentes entraron por la ventana.”
- “La ventana está limpia.”

En estos ejemplos, las palabras cumplen con su función referencial, describiendo la realidad de manera directa y sin ambigüedades.

Significación Connotativa

Por otro lado, la **connotación** se encarga del significado subjetivo e implícito que una palabra adquiere en diferentes contextos y situaciones. Este sentido figurado, que varía según las experiencias y emociones individuales, no se recoge en los diccionarios de manera exhaustiva. La connotación enriquece el lenguaje al permitir la expresión de sentimientos, humor, ironía y otros matices que trascienden el significado literal. Ejemplos de este uso son:

- “¿Dónde estás, corazoncito?”
- “Vuelve palomita a tu dulce nido.”
- “Madona sigue siendo una estrella.”

Estos enunciados demuestran cómo, en contextos literarios, publicitarios o coloquiales, las palabras pueden evocar imágenes, emociones y asociaciones que se alejan de su significado directo.

Tropos: Figuras de Significación

Dentro del campo del sentido figurado se encuentran los **tropos**, recursos retóricos que trasladan el significado de una palabra a otro campo semántico. Entre ellos destacan:

- **Sinécdoque:** Consiste en usar una parte para referirse al todo o viceversa.
Ejemplos:
 - “El acero” en lugar de “la espada”.
 - “Rompí el auto” para indicar que se dañó solo el motor.
 - “Dos veranos” en lugar de dos años.
- **Antonomasia:** Es una forma de sinécdoco que designa a algo o alguien por su cualidad representativa, sustituyendo el nombre propio por una cualidad distintiva.
Ejemplos:
 - “Peruanista” para referirse a Ricardo Palma.
 - “Escritora cusqueña” para designar a Clorinda Matto.
- **Metonimia:** Implica nombrar una cosa con el nombre de otra con la que guarda una relación estrecha, ya sea causal, espacial o conceptual.
Ejemplos:
 - Del efecto por la causa: “Eres mi dulce tormento.”
 - Del continente por el contenido: “Sírvase un vaso de lactosa.”
 - Del autor por la obra: “Leí a Cervantes.”
- **Metáfora:** Es el traslado de un sentido a otro por semejanza o analogía, llevando el significado más allá de lo literal.
Ejemplos:
 - “El crepúsculo de la vida” para referirse a la muerte.
 - “La aurora de la vida” para evocar el nacimiento.

La denotación proporciona la base objetiva y común del lenguaje, mientras que la connotación enriquece el mensaje, permitiendo una comunicación más compleja y matizada. Los tropos, a su vez, son herramientas que potencian esta riqueza semántica, ofreciendo múltiples niveles de interpretación que enriquecen la literatura, la publicidad, el cine y todas las manifestaciones artísticas y comunicativas.

LENGUAJE DENOTATIVO

El lenguaje denotativo se caracteriza por su objetividad y claridad, ya que se utiliza para describir los hechos tal como se presentan, sin ambigüedades ni interpretaciones adicionales. Su función principal es transmitir información de manera directa y precisa, basándose en el significado literal de las palabras, sin recurrir a recursos simbólicos o figurados. Este tipo de lenguaje es fundamental en contextos donde la precisión y la neutralidad son imprescindibles, como en textos científicos, teoremas matemáticos, noticias periodísticas y documentos oficiales.

Entre sus características destacan:

- **Precisión y objetividad:** Se prioriza el significado literal (denotación) sobre cualquier carga emocional o subjetiva.
- **Claridad en la transmisión de información:** La intención es que el mensaje se entienda de manera inmediata y sin interpretaciones diversas.
- **Uso en contextos formales y técnicos:** Es el lenguaje base que se emplea para describir hechos cotidianos, científicos y culturales de forma directa.
- **Estabilidad interpretativa:** La lectura de un texto denotativo no permite ambigüedades ni cambios en la interpretación del mensaje, lo que asegura la uniformidad en la comprensión.

Por ejemplo, en el enunciado:

“Hoy asistimos al colegio y la primera es la clase de matemáticas.”

el mensaje se presenta de manera directa y sin adornos, comunicando un hecho concreto sin dar lugar a interpretaciones subjetivas.

El lenguaje denotativo constituye la herramienta esencial para la comunicación práctica y científica, donde lo importante es transmitir datos y hechos de manera clara y objetiva, proporcionando un punto de referencia común para todos los interlocutores.

LENGUAJE CONNOTATIVO

Aunque el lenguaje es un sistema unitario, se distinguen dos órdenes de significación: la denotación y la connotación. La **denotación** es el significado literal y objetivo de una palabra, aquello que se recoge en los diccionarios y que nos permite identificar de manera precisa el objeto o concepto al que se hace referencia. En contraste, la **connotación** se refiere a las diversas acepciones, matices y asociaciones subjetivas que cada persona atribuye a una palabra, en función de sus experiencias, contexto cultural y emocional.

Por ejemplo, la palabra "**cabeza**" denota, de manera objetiva, la parte superior del cuerpo humano; sin embargo, en contextos distintos puede adquirir connotaciones adicionales, como en las expresiones "cabeza de familia" o "cabeza de la empresa", donde se asocia con liderazgo, autoridad o responsabilidad.

El lenguaje connotativo va más allá de lo meramente referencial y práctico, dotando a las palabras de un significado más amplio y personal. Este nivel de significación es especialmente valorado en la literatura, la publicidad y las artes en general, pues permite al autor expresar su mundo interior y conectar emocionalmente con el receptor. Así, el mensaje no solo comunica una información, sino que también evoca sentimientos, actitudes y valores.

Ejemplos comparativos de denotación y connotación:

1. Automóvil

- **Denotación:** Es un vehículo motorizado utilizado para el transporte.
- **Connotación:** Puede evocar ideas de libertad, estatus social o incluso de placer en el acto de conducir, dependiendo del contexto.

2. Celular

- **Denotación:** Es un dispositivo electrónico portátil que permite la comunicación.
- **Connotación:** Además de su función básica, puede asociarse con la modernidad, la conectividad constante o incluso con la adicción a la tecnología.

3. Televisión

- **Denotación:** Es un aparato que transmite imágenes y sonidos.
- **Connotación:** Puede sugerir entretenimiento, distracción o, en ciertos contextos, ser visto como un medio que moldea la cultura popular.

4. Mentira

- **Denotación:** Es una declaración que se sabe o se sospecha que es falsa.
- **Connotación:** A menudo implica deshonestidad, engaño o manipulación, afectando la confianza en las relaciones interpersonales.

5. Lavadora

- **Denotación:** Es un aparato electrodoméstico diseñado para limpiar la ropa.
- **Connotación:** Aunque su función es práctica, en ciertos contextos puede asociarse a la idea de modernidad, eficiencia o incluso al estereotipo de la “tarea doméstica”.

Mientras que la denotación ofrece un significado fijo y compartido, la connotación abre un abanico de interpretaciones personales y culturales que enriquecen el mensaje. Esta dualidad permite que el lenguaje sea una herramienta tan precisa como flexible, capaz de adaptarse a distintos contextos y de transmitir tanto información objetiva como experiencias y emociones subjetivas.

LA CONNOTACIÓN PROPIA Y COMPARTIDA

La connotación, a diferencia de la denotación, rara vez se limita a un ámbito individual. En casos excepcionales, un individuo puede desarrollar un idiolecto propio, es decir, un conjunto de usos y significados particulares en su forma de hablar, que en ocasiones necesita ser explicado para ser comprendido por otros. Este fenómeno se observa, por ejemplo, en ciertos textos literarios en los que, a partir de usos contextuales y frecuencias de aparición, palabras específicas adquieren connotaciones particulares y personales.

Sin embargo, en la mayoría de los casos la connotación es colectiva y se establece a través de la institucionalización social del lenguaje. La connotación compartida implica que un grupo de hablantes –y, en ocasiones, la sociedad en su conjunto– asume ciertos significados adicionales

a la definición literal de una palabra. Así, términos cargados de emociones o valores, como "muerte", movilizan una serie de connotaciones que trascienden su sentido denotativo básico.

LA PÉRDIDA DEL VALOR DENOTATIVO

En determinadas situaciones, la connotación puede llegar a recubrir o incluso desplazar por completo el significado denotativo de una palabra. Con el paso del tiempo, el núcleo conceptual (denotativo) puede perderse, mientras que la carga emocional o ideológica (connotativa) se mantiene como único referente. Un ejemplo claro se observa en el lenguaje coloquial: palabras que se utilizan como insultos han experimentado una pérdida del valor denotativo original para adquirir únicamente su intención despectiva. Por ejemplo, el término "taxista" utilizado en un contexto de crítica a la imprudencia de un conductor puede no remitir a su definición objetiva, sino únicamente a una connotación negativa entendida por el receptor.

Asimismo, conceptos políticos o ideológicos como "comunismo" o "capitalismo" a menudo activan respuestas emocionales inmediatas en quien los escucha, haciendo que se privilegie la connotación –que conlleva posturas de apoyo o rechazo– en detrimento de los complejos significados denotativos que, en un análisis riguroso, podrían ser mucho más matizados y polémicos.

En conclusión, mientras que la denotación provee un significado fijo y compartido en la base del lenguaje, la connotación amplía este significado con matices subjetivos y sociales. La distinción entre connotación propia e institucionalizada es esencial para comprender cómo evolucionan los significados en diferentes contextos y cómo, en ocasiones, la carga connotativa puede llegar a desplazar el significado literal de una palabra.

LA ESCUCHA

La escucha es un proceso activo y multifacético en la comunicación, fundamental para la comprensión y el intercambio efectivo de mensajes. Dependiendo del nivel de atención y de la intención del oyente, se distinguen varios tipos de escucha, cada uno con características y objetivos específicos. A continuación se describen los tipos de escucha más relevantes:

1. Escucha Apreciativa:

En este tipo de escucha, el oyente se sumerge en el mensaje de manera relajada, buscando placer, inspiración o entretenimiento. No se exige una atención profunda ni una comprensión detallada; el enfoque está en disfrutar la experiencia comunicativa.

2. Escucha Selectiva:

Se trata de filtrar la información y centrarse únicamente en los elementos del mensaje que resultan de interés personal. El oyente capta solo aquellos aspectos que considera relevantes, dejando de lado el resto del contenido.

3. Escucha Discernitiva:

En este caso, el oyente presta atención al mensaje en su totalidad y se concentra en identificar y extraer los detalles más significativos. El énfasis se coloca en comprender el fondo del mensaje, sin centrarse excesivamente en la forma.

4. Escucha Analítica:

La escucha analítica implica un esfuerzo intelectual para descifrar el orden y el sentido de la información. El oyente reflexiona sobre la estructura del mensaje, evalúa la relación entre las ideas y, mediante preguntas y comprobaciones, busca confirmar la lógica y la coherencia del contenido, separando las emociones del análisis conceptual.

5. Escucha Sintetizada:

Este tipo de escucha se caracteriza por una orientación proactiva, en la que el oyente dirige la conversación hacia la obtención de información específica o para influir en la respuesta del interlocutor. Se utilizan afirmaciones y preguntas estratégicas para sintetizar y condensar el mensaje conforme a objetivos personales o profesionales.

6. Escucha Empática:

La escucha empática implica ponerse en el lugar del otro, comprendiendo no solo las palabras, sino también las emociones y sentimientos que las acompañan. Este tipo de escucha busca captar el mundo interno del interlocutor, favoreciendo una comunicación más humana y sensible.

7. Escucha Activa:

Considerada la forma más completa y efectiva, la escucha activa requiere un esfuerzo tanto físico como mental para captar íntegramente el mensaje. Este proceso integra elementos de escucha empática y analítica, así como aspectos de la escucha sintetizada y discernitiva. El oyente se concentra en el contenido verbal, en el tono de voz y en el lenguaje corporal, ofreciendo retroalimentación que demuestre su comprensión y validación del mensaje recibido.

COMUNICACIÓN ORAL

La comunicación oral es el proceso mediante el cual se transmiten ideas, conceptos, pensamientos, mensajes y conocimientos de forma articulada a través de la voz. Este tipo de comunicación se manifiesta en múltiples contextos, desde un diálogo cotidiano entre dos personas hasta discursos formales de altos cargos, como el de un presidente. Es, en esencia, el vehículo fundamental para la interacción humana, permitiendo no solo el intercambio de información sino también la expresión de emociones y la construcción de relaciones interpersonales.

FUNCIONES DE LA COMUNICACIÓN

La comunicación puede clasificarse en lingüística y no lingüística. La comunicación lingüística se basa en el uso de signos, y para muchos especialistas, la oración constituye la unidad mínima de comunicación. Sin embargo, en situaciones prácticas, incluso una sola palabra o un sonido pueden establecer un vínculo efectivo entre emisor y receptor.

La comunicación perfecta sería aquella en la que el receptor genera una reproducción mental idéntica a la del emisor, aunque en la práctica este nivel de precisión resulta inalcanzable. En el ámbito organizacional, la comunicación cumple diversas funciones esenciales para el funcionamiento de un grupo o equipo, entre las que destacan:

Control:	Motivación:	Expresión emocional:	Información:
La comunicación es una herramienta de control del comportamiento individual y colectivo. En las organizaciones, la existencia de jerarquías y normativas formales exige que los empleados se rijan por directrices comunicadas de manera clara. Además, en la comunicación informal también se regula el comportamiento a través de normas sociales tácitas.	A través de la comunicación, se clarifican las metas y se ofrece retroalimentación sobre el desempeño, lo cual incita a la motivación. Establecer objetivos específicos y reforzar comportamientos deseados mediante mensajes claros y coherentes contribuye a optimizar el rendimiento y el compromiso de los miembros del equipo.	La comunicación también cumple una función expresiva, permitiendo a los individuos compartir sus emociones, logros y fracasos. En el ámbito laboral, los empleados pueden ver en su entorno una vía para canalizar sentimientos, lo que facilita la interacción social y contribuye a un ambiente de trabajo más humano y comprensivo.	Finalmente, la comunicación es vital para la transmisión de datos y conocimientos. Funciona como un facilitador en la solución de problemas y en la toma de decisiones, ya que permite que el receptor acceda a la información necesaria para evaluar alternativas y comprender el contexto en el que se desenvuelve la organización.

PROCESO DE COMUNICACIÓN

Se refiere a los pasos que se dan entre la fuente y el receptor como consecuencia de la comunicación. Para que la comunicación se dé, se requiere un propósito, expresado a manera de un mensaje a transmitir. Se da entre el transmisor y un receptor.

El mensaje se codifica, es decir se convierte en una forma simbólica, después se envía a través de un canal al receptor, quien decodifica o interpreta nuevamente el mensaje original. En consecuencia, tenemos una transmisión de significado de un individuo a otro.

El proceso de comunicación consta de los siguientes pasos:

- Fuente de comunicación.** Persona que transmite ideas, pensamientos, entre otros.
- Codificación.** Se inicia el mensaje cuando la fuente codifica un pensamiento. Existen cuatro condiciones en la codificación del mensaje: Habilidad, actitud, conocimientos y sistema sociocultural
- Mensaje.** Se refiere al producto concreto real de la fuente codificadora. Es todo aquello que se comunica, tanto por el habla, por la escritura, por las gesticulaciones, por las expresiones artísticas como la pintura, ...
- Canal.** Se refiere al medio a través del cual transita el mensaje. Es elegido por la fuente, quien determina si el canal es formal o informal.

- e) **Decodificación.** Se refiere a la traducción del mensaje de la comunicación de la fuente. Tanto la fuente como el receptor deben tener la suficiente capacidad para razonar; deben tener además habilidades, actitudes, conocimientos y la experiencia cultural necesaria.
- f) **Receptor.** Se refiere a la persona que recibe el mensaje, supone su entendimiento de lo transmitido.
- g) **Retroalimentación.** Es el último paso del proceso, en esta parte se coloca el mensaje de regreso en el sistema, para confirmar que no hallan malentendidos.



ALGUNOS ELEMENTOS PARALINGÜÍSTICOS

Los elementos paralingüísticos complementan y, en ocasiones, sustituyen el contenido verbal, aportando matices emocionales y actitudinales a la comunicación. Estos elementos, que incluyen movimientos corporales, expresiones faciales y miradas, son cruciales para reforzar o modificar el mensaje oral. A continuación, se describen algunos de los elementos paralingüísticos más comunes y los mensajes que comunican:

- **Felicitación:**
El orador acompaña sus palabras con una sonrisa amplia, cejas levantadas y ojos abiertos de forma expresiva. Este conjunto de gestos transmite entusiasmo y optimismo, comunicando un mensaje del tipo “¡Qué bueno!, ¡podemos lograr más!”.
- **Indicar algo feo o perjudicial:**
Al fruncir el entrecejo, arrugar la nariz, cerrar los ojos de forma excesiva y apretar los labios con las comisuras hacia abajo, el hablante expresa desaprobación o tristeza. Estos gestos refuerzan mensajes como “¡Qué mal estamos!, ¡es realmente triste!, ¡pésimo!”.
- **Impotencia o decaimiento:**
Una postura en la que el orador deja caer los hombros, estira los brazos hacia adelante y baja la cabeza sugiere fatiga o frustración, comunicando implícitamente “¡Es muy difícil!, ¡no hicimos nada!”.
- **Actitud positiva:**
Cuando las manos se abren y extienden hacia adelante –una a la altura de la cara y la otra al pecho–, se transmite un mensaje alentador y proactivo, como “¡Adelante!” o “¡Podemos hacerlo!”.
- **Involucramiento:**
Para señalar compromiso personal, el orador puede realizar tres movimientos de brazo, colocando sus manos a la altura del pecho y tocándolo suavemente con los dedos. Este gesto indica “Yo me comprometo”.
- **Señalización de participación del público:**
Extender los brazos hacia adelante a la altura de los hombros, con las palmas hacia arriba y los dedos extendidos, puede enfatizar la implicación tanto del orador como del auditorio, evocando mensajes como “Ustedes” o “Nosotros”.

- **Dar las gracias:**

Acompañar una expresión de agradecimiento con un tono de admiración o exclamación, reforzado por una sonrisa sincera, transmite sentimientos de gratitud y satisfacción, como en “¡Estoy contento!, ¡me siento reconfortado!, ¡muchas gracias!”.

- **Lucha:**

La actitud de lucha se plasma mediante el ángulo de 90° en uno de los brazos, con el puño cerrado y agitado a la altura de la cara, mientras el otro brazo se mantiene en posición vertical, simbolizando determinación y esfuerzo.

- **Mantener la atención del receptor:**

Al realizar una pausa intencionada y dirigir la mirada hacia el público, el orador comunica “Estoy hablando para ustedes, ¿me escuchan?”, asegurando que el mensaje capte la atención de la audiencia.

- **Agrado:**

Una mirada dulce y enternecedora, acompañada de una sonrisa sutil y a veces de un abrir y cerrar pausado de ojos, transmite una sensación de cercanía y aprecio.

- **Decepción:**

Una mirada de reojo combinada con una sonrisa fingida puede expresar desilusión o desencanto, señalando de forma no verbal una experiencia de decepción.

RECURSOS AUDIOVISUALES

Los **recursos audiovisuales** se definen como aquellos elementos en los que la combinación de audio e imagen predomina, constituyendo un lenguaje diseñado específicamente para impactar tanto la vista como el oído.

- **Aspecto visual:**

Todo aquello que es susceptible de ser observado.

- Pueden presentarse mediante imágenes fijas o en movimiento.
- La integración de imágenes y sonido puede manifestarse en formatos que combinen imágenes estáticas con audio o secuencias de movimiento sincronizadas con sonido.

- **Aspecto auditivo:**

Los recursos puramente sonoros se enfocan en la producción y transmisión de sonidos.

El empleo de estos recursos facilita la retención de puntos clave, optimiza el tiempo y contribuye a la disminución del nerviosismo, proporcionando un valioso soporte en la asimilación de la información.

Además, en el ámbito de la comunicación, el lenguaje audiovisual guarda paralelismos con el lenguaje verbal, pues posee elementos morfológicos, una gramática definida y recursos estilísticos. Se compone de un sistema de símbolos y normas que permiten establecer una comunicación eficaz y enriquecedora entre las personas.

Técnicas Grupales de Comunicación Oral

El acto de escuchar trasciende la simple captación de sonidos a través del sentido del oído. Escuchar implica prestar atención plena, interiorizar, comprender y transformar lo escuchado en una respuesta coherente —ya sea en forma de acción, exclamación, respuesta verbal o sentimiento. La competencia de saber escuchar es esencial para enriquecer la comunicación interpersonal, ya que posibilita:

- **Apreciar diversas perspectivas:**

Permite valorar los diferentes puntos de vista, fomentando un diálogo auténtico y constructivo basado en el intercambio de ideas, apreciaciones y razonamientos.

- **Recepción integral del mensaje:**

Escuchar de forma efectiva requiere concentrarse en el interlocutor, atendiendo no solo al contenido verbal, sino también a los mensajes no verbales —como las expresiones faciales, los gestos y los movimientos corporales— que complementan y enriquecen la información comunicada.

- **Atención plena:**

Implica evitar distracciones: se debe mantener la vista fija en el interlocutor y abstenerse de desviar la atención hacia otros estímulos externos que puedan interferir en el proceso comunicativo.

Este enfoque integral en la escucha activa resulta fundamental para establecer una comunicación clara, eficaz y empática en cualquier contexto grupal.



TECNICA:	Definición:	Características:	Organización:
MESA REDONDA	Exposición de diversos puntos de vista sobre un tema determinado, por parte de varios especialistas.	El número de expositores generalmente es de tres a seis, pero puede variarse. Es conveniente que no dure más de cincuenta minutos, para permitir luego las preguntas del auditorio. Se exponen diferentes puntos de vista.	El moderador hace una reunión previa con los expertos, para coordinar el desarrollo, tiempo y orden de la exposición, temas y subtemas por considerar. Los participantes se sitúan detrás de una mesa, generalmente el coordinador se sienta en el centro y los expositores a su derecha e izquierda formando los respectivos bandos de opinión. El coordinador abre la sesión, menciona el tema que se va a tratar y presenta a los expositores. Comunica al auditorio que podrá hacer preguntas al final, y ofrece la palabra al primer expositor. Cada expositor hará uso de la palabra durante diez minutos aproximadamente. Si el orador se excede en el uso de la palabra, el coordinador se lo hace notar prudentemente. Finalizadas las exposiciones de los participantes, el coordinador hace un breve resumen de las ideas principales. El coordinador invita al auditorio a efectuar preguntas a la mesa sobre las ideas expuesta.

DEBATE	Es una controversia oral entre varias personas para demostrar la superioridad de unos puntos de vista sobre otros.	Competitivo. Estático: generalmente las personas sostienen su punto de vista hasta el final. Las decisiones se toman por votación. Formal: El coordinador establece reglas para la participación especialmente en cuanto al tiempo. Busca la mejor solución a través de la argumentación y la persuasión. Tono de discurso. Grupo relativamente grande.	Puede hacerse un debate a raíz de temas que hayan provocado divergencias durante el desarrollo de una clase, una conferencia u otra. Controla el desarrollo, tiempo de exposición, orden de esta, temas y subtemas por debatir. Debe haber un secretario que anote las ideas más importantes y las conclusiones. Los participantes pueden colocarse en círculo, semicírculo o al frente de la mesa donde se encuentra el coordinador y el secretario. El coordinador abre la sesión, formulando el tema, los objetivos y estableciendo las normas por seguir en cuanto a tiempo de discusión y tiempo para la intervención de cada persona.
DISCUSIÓN GUIADA	Intercambio "cara a cara" entre personas que poseen un interés común para discutir un tema, resolver un problema o tomar una decisión.	Cooperativa Dinámica: Puede haber cambio de opinión. Decisiones se toman por acuerdo o consenso. Informal: Usualmente las reglas no son fijas para el número de hablantes o límite de tiempo. Busca la mejor solución. Tono de conversación. Clima democrático. Se realiza en grupos de 6 a 20 personas.	Organización, Espontaneidad y libertad de acción en todo. Se nombra un coordinador y un secretario para que registre las ideas más importantes y las conclusiones. El coordinador formula el tema, los objetivos parciales y generales, las normas a seguir, tiempo de discusión y tiempo para cada persona. Los miembros del grupo analizan el asunto discutiendo los aspectos o facetas que son esenciales al propósito.
PANEL	Grupo de individuos competente y representativo de tendencias, opiniones o partidos diversos. Núcleo de participantes que serán testigos de diferentes puntos de vista y núcleo de expertos que los exponen. Intercambio de opiniones, en presencia de personas interesadas en el tema.	Corriente de comunicación entre un pequeño grupo muy comprometido y un grupo grande cuya actividad es limitada. Permite tomar decisiones. Se informa a las personas involucradas de las decisiones que se toman y de su motivo. Información mutua dentro de un grupo extenso, es uno de los métodos de información de sentido doble, bilateral, ascendente y descendente.	Técnicamente comprende dos grupos Los que discuten, reunidos alrededor de una mesa bajo la conducción de un coordinador. Los participantes, sentados alrededor del panel o frente a él, de manera que puedan seguir el debate.
FORO	Grupo que discute un tema, hecho o problema, conducido por un moderador o coordinador.	Libre expresión de ideas y opiniones de todos los integrantes. Permite la discusión de cualquier tema. Es informal.	El coordinador inicia el foro explicando con precisión cuál es el problema para discutir. Señala las reglas del juego. Vencido el tiempo y agotado el tema, el coordinador hace una síntesis de las opiniones expuestas y extrae las posibles conclusiones.

EJERCICIO PARA PRACTICAR EN CASA

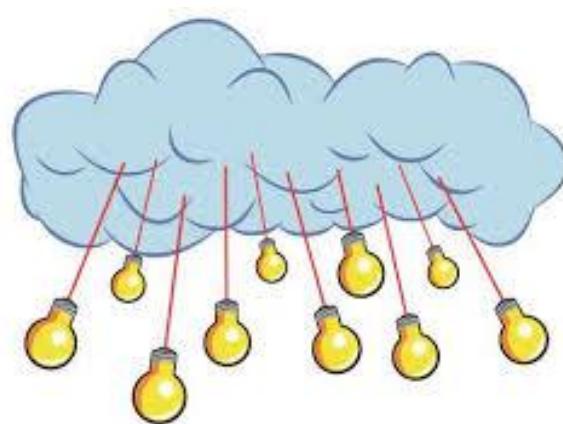
Creación y Evaluación de Recursos Audiovisuales

Instrucciones:

- **Paso 1:** Proponer a los estudiantes la realización de un breve proyecto en el que deban diseñar un recurso audiovisual (por ejemplo, un video corto, una presentación multimedia o una animación simple) sobre un tema específico (puede ser relacionado con la materia o un asunto de interés general).
- **Paso 2:** Antes de comenzar, se debe reflexionar en grupos sobre los elementos esenciales:
 - ¿Qué mensaje se desea transmitir?
 - ¿Qué tipo de imágenes (fijas o en movimiento) se emplearán?
 - ¿Cómo se integrará el audio (comentario, música, efectos) para complementar la imagen?
- **Paso 3:** Con las herramientas disponibles, realizar la creación del recurso.
- **Paso 4:** Cada grupo presentará su trabajo al resto de la clase y se realizará una sesión de comentarios, identificando aciertos y oportunidades de mejora en el uso de los recursos audiovisuales.

LLUVIA DE IDEAS

La **lluvia de ideas**—también conocida como tormenta de ideas o brainstorming—es una técnica de trabajo colaborativo diseñada para estimular la creatividad y generar propuestas originales respecto a un tema o problema específico. Esta metodología fue introducida en 1938 por Alex Faickney Osborn, quien descubrió que el trabajo en grupo, en un ambiente relajado y sin restricciones críticas, permite la generación de ideas más innovadoras y numerosas que el trabajo individual.



Propósito y Beneficios

- **Estimulación Creativa:** Facilita un entorno en el que los participantes pueden expresar sus ideas libremente, lo que permite la aparición de enfoques y soluciones novedosas.
- **Interacción Colaborativa:** Favorece el intercambio de perspectivas y conocimientos, enriqueciendo el proceso creativo al combinar diversas experiencias y puntos de vista.

- **Optimización del Proceso Creativo:**

Al eliminar las barreras del juicio inicial, se promueve un flujo de ideas más natural y espontáneo, lo que puede acelerar la identificación de soluciones efectivas.

Procedimiento de la Lluvia de Ideas

Preparación

1. **Definición del Tema o Problema:**

Se establece claramente el asunto a tratar o el desafío a solucionar, lo que proporciona un marco común para todos los participantes.

2. **Designación de un Moderador:**

Se nombra a un facilitador que se encargue de guiar el proceso, garantizar el respeto de las reglas y registrar todas las ideas propuestas.

3. **Explicación de las Reglas del Ejercicio:**

Antes de iniciar, se describen las normas de participación para garantizar un ambiente propicio para la creatividad:

- Emisión libre de ideas sin juicios ni críticas.
- Registro sistemático de cada propuesta.
- Evitar la repetición de ideas ya mencionadas.

Ejecución

1. **Generación de Ideas:**

Durante esta fase, los participantes emiten sus propuestas de manera espontánea y sin restricciones, lo cual favorece la diversidad y originalidad de las contribuciones.

2. **Registro y Organización:**

Las ideas se enlistan de forma clara y concisa, preferentemente utilizando frases breves que capturen la esencia de cada propuesta. Se verifica con el autor de la idea en caso de dudas sobre la posible repetición de alguna de ellas.

Post-Proceso

1. **Evaluación y Análisis:**

Una vez concluida la sesión de generación de ideas, se procede a analizar, evaluar y organizar las propuestas. Este paso permite identificar aquellas que resulten más pertinentes y útiles para el objetivo planteado.

2. **Valoración:**

Algunos equipos utilizan cuadros o matrices de valoración para medir la viabilidad y el impacto potencial de cada idea, facilitando así la toma de decisiones para futuros proyectos.

Aplicaciones Prácticas

La técnica de brainstorming se ha aplicado con éxito en diversos contextos, tales como:

- **Proyectos de Grado e Investigación:**
Donde es fundamental explorar diversas perspectivas y enfoques para solucionar problemas complejos.
- **Planificación Estratégica y Prospectiva:**
En el ámbito empresarial y organizacional, para el análisis de situaciones actuales y el diseño de planes de mejora e innovación.
- **Desarrollo de Proyectos Creativos:**
Donde la generación de múltiples ideas puede transformar un concepto inicial en una propuesta integral y competitiva.

EJERCICIO PARA PRACTICAR EN CLASE

Taller de Lluvia de Ideas (Brainstorming)

Instrucciones:

- **Paso 1:** Seleccionar un tema de interés relacionado con la asignatura o un problema actual (por ejemplo, "Estrategias para mejorar la comunicación en el aula" o "Innovaciones para fomentar el trabajo en equipo").
- **Paso 2:** Designar a un moderador dentro del grupo.
- **Paso 3:** Establecer las reglas de la sesión (no juzgar ni criticar ideas, registrar todas las propuestas, evitar repeticiones, etc.).
- **Paso 4:** Abrir la sesión para que cada miembro proponga ideas libremente. Se recomienda anotar todas las sugerencias en una pizarra o en un documento compartido.
- **Paso 5:** Una vez terminada la generación de ideas, el grupo deberá organizar y clasificar las propuestas, evaluándolas según criterios de innovación, viabilidad y relevancia.
- **Paso 6:** Cada grupo presentará sus conclusiones y se discutirá en clase cómo la técnica potenció la creatividad grupal.

TIPOS DE COMUNICACIÓN ORAL

A continuación, se describen de manera concreta las diversas formas y tipologías de la comunicación oral, resaltando sus características distintivas y el contexto en el que suelen emplearse:

a) Asamblea

Las asambleas se realizan en el ámbito interno de instituciones, organismos o grupos que se unen con un fin común. Se clasifican en dos tipos:

- **Asamblea Ordinaria:** Se convoca de manera regular para tratar asuntos previstos en el calendario institucional.
- **Asamblea Extraordinaria:** Se convoca de forma puntual para atender temas urgentes o específicos que no se contemplan en la asamblea ordinaria.

b) Conferencia

En la conferencia, uno o varios expositores presentan los resultados o desarrollos de un tema ante un auditorio. Esta modalidad permite la interacción directa con la audiencia, la cual puede formular preguntas y participar en la discusión.

c) Discurso

El discurso es similar a la conferencia en su estructura expositiva, pero se diferencia en que el público se limita a la escucha sin intervenir. Un ejemplo representativo es el discurso presidencial, en el que se transmite un mensaje unidireccional a la audiencia.

d) Debate

El debate involucra a dos participantes o a dos grupos que exponen puntos de vista opuestos sobre un mismo tema, con el objetivo de contrastar argumentos ante un auditorio. Esta forma fomenta el intercambio de ideas y el análisis crítico de diferentes posturas.

e) Diálogo

El diálogo representa una conversación informal entre dos o más personas, siendo la forma de comunicación oral más utilizada en la cotidianidad. Esta modalidad favorece la interacción espontánea y el intercambio directo de opiniones.

f) Entrevista

En la entrevista, uno o varios entrevistadores reciben a una o más personas para indagar y obtener información sobre temas específicos. Este formato se utiliza en medios televisivos,

periodísticos o en contextos laborales, pudiendo el entrevistador acercarse al entrevistado para generar reportajes o análisis en profundidad.

g) Exposición

La exposición es similar a la conferencia, pero se caracteriza por incorporar la participación activa de los asistentes, quienes interactúan con el expositor. Mientras que la conferencia puede realizarse en un ámbito privado, la exposición se orienta a un público más amplio y abierto.

h) Foro

El foro es una reunión donde diversas personas se congregan para dialogar sobre un tema en común, compartiendo y debatiendo sus puntos de vista. Este formato promueve la pluralidad de opiniones y un intercambio enriquecedor de ideas.

i) Panel

El panel se asemeja al foro, aunque se estructura con un moderador y un grupo definido de panelistas que exponen sus perspectivas frente a un auditorio. La presencia de un moderador garantiza un orden y cohesión en el desarrollo de la discusión.

j) Reunión

Las reuniones implican la convocatoria de dos o más personas para abordar temas concretos que requieren resolución o consenso. Un ejemplo típico es la reunión de copropietarios de un edificio, donde se discuten y deciden aspectos relativos a la administración y el mantenimiento.

k) Simposio

El simposio es una reunión especializada en la que expertos o especialistas presentan exposiciones breves y sucesivas sobre un tema determinado. El objetivo principal es compartir conocimientos, sin buscar necesariamente un debate o confrontación de ideas.

l) Seminario

El seminario constituye una técnica de estudio y discusión en grupo dirigida por expertos, en la que participan personas con conocimientos avanzados sobre el tema tratado. Su duración puede variar considerablemente, abarcando desde unas pocas horas hasta programas que se extienden por varios años.

TÉCNICAS DE PARTICIPACIÓN ORAL

La presentación oral de un tema frente a un grupo puede realizarse tanto de manera individual como colectiva. Existen múltiples modalidades para llevar a cabo actividades de comunicación oral, ya sea siguiendo procedimientos formales o informales. La elección del método dependerá del objetivo que se pretenda lograr, del tema a tratar, del público receptor y de otros factores contextuales.



Las principales técnicas de participación oral se agrupan en las siguientes categorías:

- Charla.
- Conferencia.
- Discurso.

CHARLA	CONFERENCIA	DISCURSO
<p>Definición: Reunión de personas donde un expositor proporciona la información y dialoga con el resto.</p>	<p>Definición: Reunión de personas que escuchan frente a frente la información que otra proporciona.</p>	<p>Definición: Razonamiento oral persuasivo de alguna extensión, dirigido a un público por una sola persona.</p>
<p>Objetivo: Transmitir información, crear un estrado mental o punto de vista.</p>	<p>Objetivo: Dependiendo del tema, pueden ser: Presentar información de manera formal y directa. Plantear información especializada. Identificar una problemática general o un aspecto de ésta. Motivar a un grupo. Compartir las experiencias de una persona. Proporcionar información experta con continuidad.</p>	<p>Objetivo: Transmitir información, crear un estrado mental o punto de vista.</p>
<p>Características: Informal. Tono de conversación. El público puede interrumpir para hacer preguntas. No debe ser leída. Normalmente el auditorio conoce algo del tema. Utilización de frases de buen humor. El expositor puede hacer preguntas al público. No debe durar más de una hora. El expositor puede desplazarse para el estrado o la sala.</p>	<p>Características: Técnica formal: La comunicación, durante la exposición, se da en solo un sentido. Los oyentes, al final de la exposición pueden hacer uso de la palabra en forma oral o escrita, aclarar puntos, dudas o hacer un planteamiento distinto. El expositor puede hacer uso de ayudas audiovisuales. El expositor puede desplazarse por el estrado. La exposición no debe sobrepasar de la hora ni ser menor de veinte minutos.</p>	<p>Características: Es formal. Debe llevar encabezamiento (saludo individual o colectivo en orden jerárquico). El hablante requiere ser presentado por otro individuo. Generalmente el expositor se mantiene en un solo lugar. No deben utilizarse ayudas audiovisuales. Los gestos deben ser muy significativos.</p>
<p>Recomendaciones: Esta técnica es adecuada cuando se trata de grupos pequeños en que se facilita la participación del público. El expositor puede iniciar su participación haciendo una pregunta al auditorio.</p>	<p>Recomendaciones: Es adecuada una conferencia cuando: Los asistentes no tienen suficiente información o experiencia con respecto a determinado tema. Se desea transmitir información a grupos grandes. Dan a conocer políticos o procedimientos que deban ser puestos en vigor inmediatamente. No se dispone de tiempo para preparar la información en forma escrita.</p>	<p>Recomendaciones: De acuerdo con la circunstancia el expositor puede iniciar su discurso: Haciendo referencia al tema o a la ocasión. Formulando una pregunta retórica. Presentando una declaración sorprendente. Citando una frase o el fragmento de un texto. El desarrollo del discurso se realiza tratando de mantener el interés del público.</p>

EJERCICIOS DE REPASO

Contesta en tu cuaderno las siguientes cuestiones consultando el contenido de tu libro.

1. ¿De dónde proviene la lengua Castellana?
2. ¿Quiénes fueron los primeros pobladores que llegaron a la Península Ibérica?
3. ¿A qué se le denomina romanización?
4. ¿A qué familias lingüísticas pertenece el castellano?
5. ¿Cuál es la mayor influencia de los árabes en el léxico castellano?
6. ¿A qué periodo se le conoce como Siglo de Oro?
7. ¿Por qué se le denomina EL DICCIONARIO DE LAS AUTORIDADES al publicado por la Real Academia Española?
8. ¿A qué se le llama lengua?
9. ¿Qué es un dialecto?
10. ¿Qué sucede cuando dos lenguas, una mayoritaria y una minoritaria se encuentran en un mismo contexto?
11. ¿A qué se le denomina sustrato?
12. ¿A qué se le denomina adstrato?
13. ¿Qué es pidgin?
14. ¿Qué significa que un rasgo compartido por diversas lenguas o familias lingüísticas en un área determinad se haya difundido culturalmente?
15. ¿Qué son préstamos lingüísticos?
16. ¿Cuál es el idioma más hablado mundialmente?
17. ¿Qué significa UNESCO?
18. ¿Cuál es el idioma oficial de Guatemala?
19. ¿Cuál es el idioma que tiene la jerarquía en Latinoamérica?
20. ¿Cuál es la escritura más antigua que se originó en Mesopotamia?
21. ¿De dónde se originó el alfabeto latino?
22. ¿De dónde desciende el alfabeto Romano?
23. ¿Dónde se originó la letra ñ?
24. ¿De cuántas letras consta el alfabeto español?
25. ¿Cuál es el libro más antiguo del que podemos hablar?
26. ¿Cuándo decimos que se da la comunicación perfecta?
27. ¿Cuál es la comunicación no lingüística?
28. ¿Qué significa para lingüística?
29. ¿Qué son los recursos audiovisuales?
30. ¿Qué es un foro?

Escribe en tu cuaderno sobre los siguientes conceptos:

1. Mono genesis
2. Poligenesis
3. Argumento
4. Ironia
5. Memesis
6. Objeción
7. Charla
8. Mesa redonda
9. Analogia
10. Pregunta retorica

Haz en tu cuaderno lo siguiente:

1. Escribe cinco ejemplos de analogias.
2. Realiza un iagrama sobre los procesos de la comunicación.
3. Reliza un esquema qué explique las razones por las qué una lengua se ve en peligro de extinción
4. Realiza un diagrama que explique las politicas en Guatemala para la recuperación de los idiomas mayas.
5. Realiza un diagrama sobre

BIBLIOGRAFÍA/EGRAFÍA (VERSIÓN 2020):

Admin. (2018, Oct 10). La importancia de la lengua, sea en el idioma que sea. Para El Placer de la Lectura. Publicado en: <http://elplacerdelalectura.com/2018/10/la-importancia-de-la-lengua-sea-en-el-idioma-que-sea.html>

Ale León, Fran. (2018, Abr 17). Al 76% de los consumidores les gusta probar nuevos productos. Para: Merca2.0.com. Publicado en: <https://www.merca20.com/al-76-de-los-consumidores-les-gusta-probar-nuevos-productos/>

Angelescastell. (2015, Sept 27). El lenguaje corporal: Aprende a leerlo. <https://barcelonalternativa.es/aprende-a-leer-el-lenguaje-corporal/>

Coparmex. Año 2017. La comunicación asertiva. http://coparmexnl.org.mx/news/comunicacion-asertiva-e-inteligencia-emocional-vendedores-2/la-comunicacion-asertiva_x2/

Documento descargable. Ubicado en: <http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/legenda/article/download/551/549>

EscuchaActiva.com. Los diferentes tipos de escucha. http://www.escuchaactiva.com/articulo_tipos_escucha.htm

Gestión.pe. (2013, Mar 14). Redacción Gestión. <https://gestion.pe/tendencias/management-empleo/senales-verbales-generar-confianza-33860-noticia/>

<http://www.antorchacampesina.org.mx/fotodeldia.php?id=53463>

<https://educacion.elpensante.com/tipos-de-comunicacion-oral/>

Intef.es. Formación y colaboración, Recursos educativos, Tecnología educativa (ilustraciones). http://recursos.cnice.mec.es/lengua/profesores/eso2/t1/teoria_1.htm

Irzsa. (2012, Jun 09). DENOTACIÓN Y CONNOTACIÓN. Practicas sociales del lenguaje. Blog con un enfoque académico con relación a las prácticas sociales del lenguaje. <https://irzsa.wordpress.com/2012/06/09/denotacion-y-connotacion/>

Loyola, Delsy. (Redacción), Rojas, Roberto (Fotografía). (2018, Oct 03). CONSEJOS PARA LOS CONTROLES DE LECTURA. Para: Pontificia Universidad Católica del Perú. Ubicado en: <https://puntoedu.pucp.edu.pe/noticias/taticas-lectoras/>

Magaña, J. et al. (2011). Materia y Energía Oscuras. Revista Digital Universitaria, 12 (5). Recuperado de <http://www.revista.unam.mx/vol.12/num5/art51/index.html> (octubre, 2011). Portal Académico UNAM.

https://portalacademico.cch.unam.mx/materiales/al/cont/tall/tlriid/tlriid2/vicios_errores/img/texto_cientifico.pdf

Martínez, Aurora. (Última edición: 2021, Ag 19). Definición de Lectura. Recuperado de: <https://conceptodefinicion.de/lectura/>. Consultado: 21 Sept, 2022.

Pazos González, Jesus. (2019, May 02). Medios de comunicación, ¿al servicio de quién? <https://www.prensacomunitaria.org/medios-de-comunicacion-al-servicio-de-quien/>

Portal Académico. Universidad Nacional Autónoma de México. Año 2017. Registro lingüístico.

<https://e1.portalacademico.cch.unam.mx/alumno/tlriid2/unidad1/viciosyerrores/registrolinguistico>

Portal Académico. Universidad Nacional Autónoma de México. Año 2017. Registro Coloquial.

<https://e1.portalacademico.cch.unam.mx/alumno/tlriid2/unidad1/viciosyerrores/registrocoloquial>

Portal Académico. Universidad Nacional Autónoma de México. Año 2017. Registro formal

<https://e1.portalacademico.cch.unam.mx/alumno/tlriid2/unidad1/viciosyerrores/registroformal>

Portal Académico. Universidad Nacional Autónoma de México. Año 2017. Registro técnico.

<https://e1.portalacademico.cch.unam.mx/alumno/tlriid2/unidad1/viciosyerrores/registrotecnico>

Pradas Gallardo, Claudia. (2018, Jun 12). Tipos de comunicación no verbal: definición y ejemplos. Para: Psicología-Online. Publicado en: <https://www.psicologia-online.com/tipos-de-comunicacion-no-verbal-definicion-y-ejemplos-3898.html>

Rodríguez, L. (2009). El universo oculto. ¿Cómo ves? Revista de Divulgación de la Ciencia, núm. 122, 10-14. Portal Académico UNAM.

https://portalacademico.cch.unam.mx/materiales/al/cont/tall/tlriid/tlriid2/vicios_errores/img/texto_tecnico.pdf

Silva, Carmen. (2011, Nov 04). Comprensión lectora y conocimientos previos. Para: ladislexia.net. Publicado en: <http://www.ladislexia.net/asociar-conocimientos-previos-comprension-lectora/>

Blog de Lenguaje. El registro coloquial. <https://www.blogdelenguaje.com/registro-coloquial.html>