

FCOV22: Comunicación en Lengua Castellana

Nivel II

Elaborado por: Cristina Gómez Montes

Edición: 5.0

EDITORIAL ELEARNING S.L.

ISBN: 978-84-16557-64-6

No está permitida la reproducción total o parcial de esta obra bajo cualquiera de sus formas gráficas o audiovisuales sin la autorización previa y por escrito de los titulares del depósito legal.

Impreso en España - Printed in Spain

Presentación

Identificación de la Unidad Formativa:

Bienvenido al módulo formativo FCOV22: Comunicación en Lengua Castellana Nivel 2. Este módulo formativo pertenece al área profesional Competencias Clave, dentro de la familia profesional de Formación Complementaria.

Presentación de los contenidos:

La finalidad de este módulo formativo es comprender producciones orales y escritas, poder expresarse e interactuar adecuadamente en diferentes contextos sociales y culturales, así como utilizar el lenguaje en la construcción del conocimiento, la comprensión de la realidad y la autorregulación del pensamiento, las emociones y la conducta.

Objetivos:

Al finalizar este módulo aprenderás a:

- Demostrar un nivel de comprensión y uso de expresiones orales y textos escritos que le permitan el acceso al conocimiento, identificando las ideas principales y secundarias de la información así como su estructura formal básica.
- Expresar pensamientos, emociones y opiniones, narrar y comentar con claridad hechos y experiencias y exponer oralmente un tema dando coherencia y cohesión al discurso.

FCOV22: Comunicación en Lengua Castellana
Nivel II

- Resumir textos orales y escritos, identificando el tema principal y los secundarios y reflejando los principales argumentos y puntos de vista.
- Generar ideas y redactar textos con una organización clara con corrección ortográfica y gramatical.

Índice

UD1. Comunicación y lenguaje	9
1.1. Naturaleza y elementos de la comunicación	11
1.1.1. Emisor, receptor, mensaje, código, canal, contexto o situación	14
1.1.2. Medios de comunicación: audiovisuales (televisión, cine), radiofónicos, impresos (periódicos, revistas, folletos) y digitales (internet)	17
1.2. Lenguaje, lengua y habla.....	30
1.2.1. Funciones del lenguaje e intención comunicativa: expresiva, poética, apelativa, fática, representativa, metalingüística	31
1.2.2. Utilización de la lengua para adquirir conocimientos, expresar ideas, sentimientos propios, y regular la propia conducta.....	35
1.2.3. Variedades sociales en el uso de la lengua. Usos formales e informales	36
1.3. Diferencias entre comunicación oral y escrita	39
UD2. Principios básicos en el uso de la lengua castellana.....	49
2.1. Enunciados. Características y modalidades. Diferencia entre oraciones y frases.....	51
2.2. Tipos de oraciones	54
2.2.1. Oraciones simples y compuestas	54

2.2.2. Modalidades: enunciativas, interrogativas, exclamativas, exhortativas o imperativas, optativas o desiderativas, dubitativas y de posibilidad.....	55
2.3. Sintagmas. Clases de sintagmas (nominal, preposicional, verbal, adjetival y adverbial).....	58
2.4. Sujeto y predicado. Concordancia.....	62
2.5. Complementos verbales	69
2.6. Oraciones compuestas: yuxtaposición, coordinación, Subordinación. Enlaces y conectores	75
2.7. Utilización del vocabulario en la expresión oral y escrita	82
2.7.1. Formación de palabras: prefijos y sufijos	82
2.7.2. Arcaísmos y neologismos	88
2.7.3. Préstamos y extranjerismos	92
2.7.4. Abreviaturas, siglas y acrónimos	95
2.7.5. Sinónimos y antónimos	96
2.7.6. Homónimos	97
2.7.7. Palabras tabú y eufemismos	99
2.8. Uso de las reglas de ortografía	99
2.8.1. Aplicación de las principales reglas ortográficas.....	100
2.8.2. Utilización de los principios de acentuación. Diptongos, triptongos e hiatos.....	111
2.8.3. Manejo de los signos de puntuación (punto, coma, dos puntos, punto y coma, raya, paréntesis, comillas, signos de interrogación y exclamación)	120

UD3. Producciones orales..... 139

3.1. Comunicación verbal e interacción social.....	141
3.2. Tipos de producciones orales	143
3.2.1. Dialogadas: conversación, debate, tertulia, coloquio y entrevista.....	144
3.2.2. Monologadas: exposición oral	151
3.3. Desarrollo de habilidades lingüísticas para escuchar, hablar y conversar	152
3.3.1. Comprensión de textos orales procedentes de medios de comunicación (audiovisuales, radiofónicos), exposiciones orales o conferencias.....	153
3.3.2. Comprensión de instrucciones verbales y petición de aclaraciones	154

3.3.3. Participación activa en situaciones de comunicación: tertulias y debates sobre temas de actualidad social, política o cultural. Intercambio y contraste de opiniones.....	155
3.3.4. Técnicas para la preparación y puesta en práctica de exposiciones orales sobre diferentes temas (sociales, culturales, divulgación científica). Estructuración, claridad y coherencia.....	156
3.3.5. Desarrollo de actitudes respetuosas, reflexivas y críticas. Adaptación al contexto y a la intención comunicativa.....	157

UD4. Producciones escritas 165

4.1. Comunicación escrita. Producciones escritas como fuente de información y aprendizaje	167
4.2. Tipos de textos escritos	169
4.2.1. Narrativos, descriptivos y dialogados: estructura y rasgos lingüísticos	170
4.2.2. Expositivos: características y estructura.....	182
4.2.3. Argumentativos: estructura y tipos de argumentos.....	188
4.2.4. Prescriptivos: normativos e instructivos. Estructura	192
4.3. Desarrollo de habilidades lingüísticas para la comprensión y composición de textos de diferente tipo.....	198
4.3.1. Narraciones y descripciones de experiencias, hechos, ideas y sentimientos.....	198
4.3.2. Textos expositivos y argumentativos sobre la vida cotidiana, temas sociales culturales, laborales o de divulgación científica	200
4.3.3. Textos propios de los medios de comunicación (cartas al director, columnas de opinión, mensajes publicitarios).....	206
4.3.4. Resúmenes, esquemas, comentarios, conclusiones .	215
4.3.5. Textos de carácter prescriptivo (Instrucciones, normas y avisos)	222
4.3.6. Texto para la comunicación con instituciones públicas, privadas y de la vida laboral (cartas, solicitudes, currículum).....	224

UD5. Técnicas de búsqueda, tratamiento y presentación de la información	241
5.1. Consulta de información de diferentes fuentes (índices, diccionarios, enciclopedias, glosarios, internet y otras fuentes de información)	243
5.2. Planificación, revisión y presentación de textos. Procesadores de textos	252
5.3. Presentación de los textos respecto a las normas gramaticales, ortográficas y tipográficas	256
Glosario	265
Soluciones	269
Anexo	271

Área: competencias clave



UD1

Comunicación y lenguaje

- 1.1. Naturaleza y elementos de la comunicación
 - 1.1.1. Emisor, receptor, mensaje, código, canal, contexto o situación
 - 1.1.2. Medios de comunicación: audiovisuales (televisión, cine), radiofónicos, impresos (periódicos, revistas, folletos) y digitales (internet)
- 1.2. Lenguaje, lengua y habla
 - 1.2.1. Funciones del lenguaje e intención comunicativa: expresiva, poética, apelativa, fática, representativa, metalingüística
 - 1.2.2. Utilización de la lengua para adquirir conocimientos, expresar ideas, sentimientos propios, y regular la propia conducta
 - 1.2.3. Variedades sociales en el uso de la lengua. Usos formales e informales
- 1.3. Diferencias entre comunicación oral y escrita

1.1. Naturaleza y elementos de la comunicación

Podemos definir la comunicación como un proceso de transmisión de una información de un lugar a otro. Cada día vemos señales que transmiten mensajes y que, a su vez, nos provocan una determinada reacción. Cuando se produce la comprensión del mensaje entre los participantes tiene lugar el acto comunicativo. Podemos clasificar las señales en tres tipos: acústicas (la sirena de un camión de bomberos), visuales (una señal de tráfico), gestuales (levantar el pulgar para expresar acuerdo) y lingüísticas (las palabras). Para que se produzca este acto comunicativo el ser humano tiene una capacidad verbal que llamamos lenguaje humano.

La comunicación lingüística se puede realizar de dos formas: oral y escrita. La oral se produce mediante una cadena de sonidos articulados que transmiten un mensaje. Pero si se emplean grafías (letras, palabras, oraciones) para representar esos sonidos, la comunicación es escrita.

Asimismo, nos comunicamos también usando signos no lingüísticos que tienen significado. Si atendemos al tipo de código de signos, diferenciamos entre:

- **Comunicación verbal:** para transmitir mensajes utiliza signos lingüísticos orales o escritos.
- **Comunicación no verbal:** para transmitir mensajes utiliza gestos, reacciones fisiológicas o emocionales, colores, imágenes, señales.



Las **reacciones fisiológicas o emocionales** se refieren a la risa, el llanto, el suspiro, el grito, el bostezo e incluso el carraspeo. Todas ellas son formas de comunicación no verbal.



El lenguaje corporal puede ser tan comunicativo como el verbal. De hecho, el 80% del significado de los mensajes que se transmiten de manera oral recurre al lenguaje no verbal.



Comunicación

En el ámbito humano el lenguaje es una **capacidad signica**, que se caracteriza por la asociación de un signo a un significado. Si vemos una señal de stop, automáticamente la asociaremos a la acción de parar. Del mismo modo, si decimos “hola”, la otra persona comprenderá que es un saludo. Todos los signos forman un sistema que se rige mediante un código lingüístico, unas leyes o reglas de funcionamiento. Aceptando esta asociación todos los miembros de una comunidad son partícipes del sistema de comunicación.



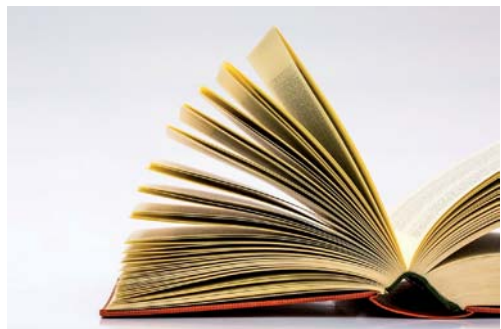
Estamos rodeados de mensajes o señales: la alarma del despertador por la mañana indica que es hora de levantarse; la flecha verde hacia verde del ascensor indica que está subiendo; en la calle alguien agita la mano para saludar; el semáforo en rojo indica que debemos parar, etc.

El signo, lingüístico o no, se compone de tres partes:

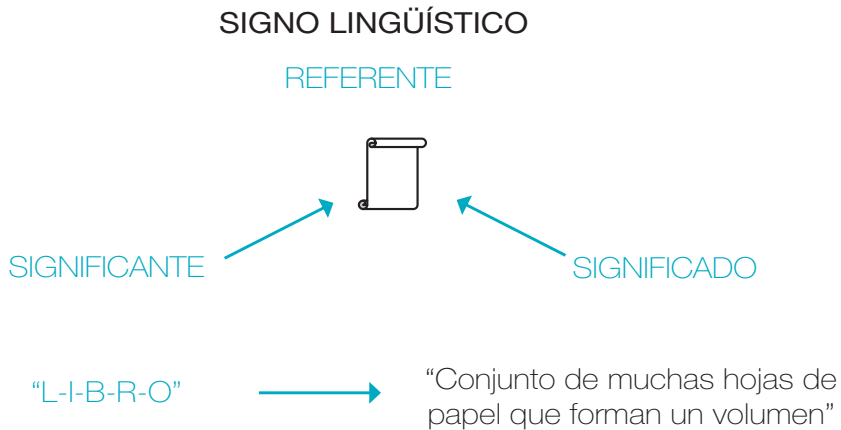
- **Significante:** es la parte material, que puede ser percibida, ya que se trata de la combinación de sonidos o letras, o de la luz roja de un semáforo.
- **Significado:** es la parte inmaterial, ya que se relaciona con la idea que cada uno de los hablantes de una lengua tiene del objeto representado. Por ejemplo, la luz roja del semáforo indica que debemos parar o la palabra “mesa” transmite la idea de “una tabla sustentada por varios pies”.
- **Referente:** es la realidad extralingüística a la que el emisor quiere hacer referencia (objeto, persona, lugar, etc.).

Ejemplo:

Si se dice o escribe “libro”, el significante lo forman los sonidos que se emiten al pronunciar la palabra o letras que componen la palabra, mientras que el significado es la idea que surge en el cerebro de la persona que la ha pronunciado: “conjunto de muchas hojas de papel que forman un volumen”. Su referente es el objeto físico.



Libro



El signo lingüístico es **convencional** y **arbitrario**, pues se puede decir que la relación que mantienen significante y significado con el referente nacería de un pacto social entre los hablantes de una comunidad.

El proceso de generar una idea a través de una secuencia de sonidos se denomina **codificación**. A su vez, el proceso por el que el cerebro descifra los sonidos que se perciben se llama **descodificación**.

Ejemplo

Si una persona nos dice: “¡coge el paraguas!”, produce una serie de sonidos (palabras) para transmitir al exterior un contenido que tenía en la mente, es decir, lo codifica, y la persona que recibe el mensaje lo descodifica.

1.1.1. Emisor, receptor, mensaje, código, canal, contexto o situación

En el proceso comunicativo se produce un intercambio de información entre un hablante y un oyente que comparten un mismo código (lengua). El hablante codifica el mensaje que quiere transmitir y el oyente lo descodifica.

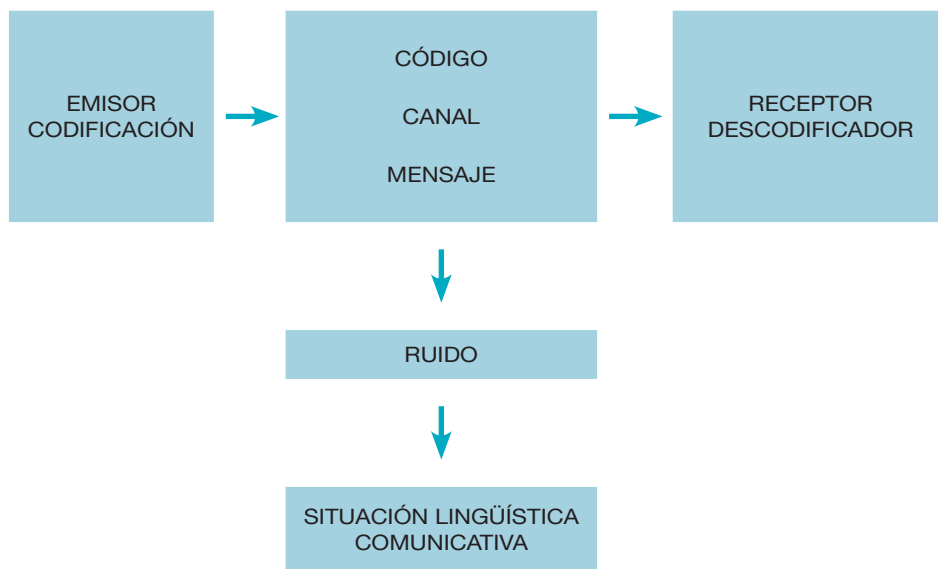


El **código lingüístico** es un conjunto de signos que pertenecen a una lengua y se combinan respetando ciertas reglas gramaticales. Como complemento a la comunicación lingüística, están los gestos, símbolos, señales, etc.

Vamos a ver todos los elementos que intervienen:

- El **mensaje** es la información elaborada que se transmite de un punto a otro.
- El **emisor** es quien elabora y transmite el mensaje. En la comunicación humana, el emisor se caracteriza por tener una determinada **INTENCIÓN COMUNICATIVA**.
- El **receptor** recibe, descodifica e interpreta el mensaje.
- El **canal** es el soporte físico del mensaje, que incluye tanto el medio a través del cual circula el mensaje desde el emisor al receptor como los sentidos mediante los que se lleva a cabo la emisión y la recepción. Hay canales naturales (el aire) y canales artificiales (las ondas radiofónicas, el papel, etc.).
- El **código** es un conjunto de signos –relacionados entre sí– y de reglas para combinarlos y que emisor y receptor tienen que conocer. Por ejemplo: la lengua española.
- El **contexto o situación** es el conjunto de circunstancias de la realidad que afectan al emisor y al receptor en el momento de emitir o interpretar el mensaje, y que pueden hacer variar su significación. Hay que distinguir entre el contexto del mensaje –**CONTEXTO LINGÜÍSTICO** en el caso de la comunicación verbal–, y el contexto de la comunicación –**SITUACIÓN COMUNICATIVA**–, circunstancias exteriores en las que se sitúa el acto comunicativo. Por ejemplo, el enunciado “póngame un kilo de tomates” no tiene sentido en un gimnasio, sino en una frutería.
- En el circuito de la comunicación pueden actuar otros dos factores: el elemento positivo de la **redundancia** o exceso de información, y el elemento negativo del **ruido** que perturba el proceso de comunicación. El ruido puede ser físico, como el motor de una moto al pasar, interferencias en la televisión, etc.; y también relacionado con el código, como el uso de una lengua extranjera o de una jerga desconocida.

El siguiente esquema muestra el funcionamiento de la comunicación: el emisor codifica y envía, a través del canal, un mensaje dirigido a un receptor, que dentro de una situación determinada, lo interpreta descifrando el código empleado para la formación del mensaje.



La situación comunicativa determina la interpretación del mensaje. La pregunta “¿cómo estás?” puede tener diferente significado si la hacemos a un amigo que encontramos por la calle o si la hacemos cuando este se encuentra en la cama.

Igualmente el contexto lingüístico es fundamental si una persona nos dice: “Ana lleva ya tres meses en el hospital”. Podemos interpretar que está enferma, pero si continúan diciendo: “al final aprobó el examen y le han dado una plaza”.



Dos personas que hablan.

El acto comunicativo tiene como finalidad provocar una reacción en el receptor para que este envíe una respuesta. Es lo que sucede en una conversación o diálogo, en el que las dos partes intervienen. Esta comunicación recibe el nombre de **bidireccional**.

Sin embargo, si el acto comunicativo va dirigido a un colectivo amplio, la comunicación se transforma en **unidireccional**, ya que no se espera una respuesta del receptor. Además, este tipo de mensajes masivos se realiza a través de medios de difusión de información, como la radio, la televisión, Internet, etc.

1.1.2. Medios de comunicación: audiovisuales (televisión, cine), radiofónicos, impresos (periódicos, revistas, folletos) y digitales (internet)

Los medios de comunicación, también conocidos como mass media por su gran difusión entre la población, son utilizados para comunicar y transmitir informaciones de diferente tipo. La aplicación de las nuevas tecnologías a los medios de comunicación de masas ha impulsado definitivamente la multiplicación de los mensajes y las oportunidades para tener acceso a ellos. Sin embargo, se han acentuado también los peligros consiguientes de ese aumento: la sobreinformación de los ciudadanos.

Para interpretar correctamente las informaciones orales y escritas que nos encontramos en los medios de comunicación, así como la intención comunicativa del emisor y las ideas principales y secundarias, debemos estudiar sus características, especialmente, el lenguaje empleado.



Mass media es una palabra inglesa con la que se conocen los medios de comunicación. No se recomienda su uso, ya se prefiere la denominación en español.

Su principal función es comunicar un mensaje y difundir una información sobre temas de actualidad y de interés general, pero también busca entretener, sobre todo, la televisión. Otras funciones son la educación, mediante la difusión de la cultura, y la publicidad, que pretende influir en los comportamientos de las personas, ya sea persuadiendo para comprar determinadas marcas o que acepten ideas de carácter político, religioso, etc.

Podemos destacar algunas **características** que tienen en común, a pesar de que cada uno presenta rasgos propios:

- El destinatario de la información es un público amplio y diferente.
- Su objetivo principal es entretener a los consumidores.
- El poder de persuasión e influencia es constante.
- La comunicación es unidireccional, ya que el receptor es pasivo cuando recibe el mensaje.
- El canal por el que se transmite la información necesita medios tecnológicos.
- El código de comunicación se basa en la imagen y en el sonido.

Las funciones de los medios de comunicación son: informar, entretener, educar y publicitar.

Según el canal de transmisión, podemos distinguir entre los siguientes **tipos**:

Audiovisuales

Basados en la transmisión a distancia y de modo inmediato de las imágenes en movimiento y del sonido correspondiente. Tenemos dos tipos: la **televisión** y el **cine**.

El mensaje televisivo consiste, pues, en imágenes, palabras y sonidos que se mezclan de formas diversas. El papel que desempeña la televisión como elemento socializador tiene mayor alcance que el del resto de los medios, por ello se convierte en un vehículo muy eficaz para transmitir modelos de conducta, valores, actitudes, ideologías...

Según la intención comunicativa, podemos diferenciar los siguientes **géneros televisivos**:

- **Telediarios**: informan sobre los acontecimientos más importantes. Tienen un espacio para el deporte y para la previsión meteorológica.
- **Programas de entretenimiento** (magacín, que también incluye apartados informativos; programa de debate o de entrevistas; concurso; reality-show).

Presenta las siguientes **características**:

- La comunicación es inmediata y unidireccional.
- El canal por el que se difunde son ondas electromagnéticas, redes de cables, Internet, etc.
- El destinatario es el público, en general, o según el tipo de programa, una parte específica de la audiencia (niños, adolescentes, adultos, aficionados del deporte, etc.).
- El código es audiovisual.
- La credibilidad suele ser menor que la de la prensa o la radio.
- Las funciones del lenguaje predominantes son la representativa (su objetivo es que la información sea reflejo de la realidad y de eventos que interesan), la expresiva (el emisor expresa sus emociones sobre lo que está contando) y la apelativa (intenta influir en los telespectadores para que actúen de alguna manera, como en los anuncios publicitarios).



Niño viendo la televisión.



Los experimentos de transmisión de imágenes en color empezaron en 198, pero hasta los años 50 no se empezó a comercializar por Estados Unidos o Japón.

La **comunicación cinematográfica** requiere un proceso complejo que se inicia en la elaboración de un guión, el proceso de grabación de las imágenes, el proceso de montaje de los fotogramas siguiendo un orden para que las imágenes y el sonido transmitan la historia que figura en el guión y su proyección.

Existen diferentes géneros: drama (enfrentamiento entre los protagonistas), melodrama (fuerte conflicto sentimental), comedia (argumento divertido que produce risa), acción (historia violenta), aventuras (con situaciones de peligro), terror, ciencia ficción, romántico, musical, suspense (produce tensión y misterio) y pornográfico. Según el tema o la ambientación, es posible diferenciar entre: cine histórico, de guerra, del oeste, etc.