



Mi Universidad

Ensayo

Nombre del Alumno: Jhonatan Meza González

Nombre del tema: redacción

Parcial: 4

Nombre de la Materia: redacción en español

Nombre del profesor: Alejandra Torres Lopez

Nombre de la Licenciatura: administración

Cuatrimestre: I

redaccion en español

Todas las personas hablamos, reímos, lloramos, cuestionamos, pedimos, soñamos, queremos, etc.

Cada uno de estos procesos sería imposible si antes no hubieran existido personas que te alimentaran de su experiencia, sus creencias, percepciones, informaciones, entre otras. ¿Te has preguntado cómo sería tu vida si hubieras crecido alejado de la sociedad?

Leer y escribir te permiten compartir lo que eres y conocer otras formas de ver la vida al tener contacto con distintos autores: los escritores y tus propios compañeros. Tu vida es una historia, tan valiosa como la de otros personajes de los que se escribe y sobre los que has leído. Al generar tus escritos, posibilitas que otros te lean, te conozcan, te valoren. Gracias a la escritura, además puedes preservar y acrecentar tu identidad como parte de tu herencia cultural e histórica.

Las cualidades de un escrito profesional no tienen nada que ver con las de un escritor. Sólo hace falta:

1. Tener el pensamiento organizado.
2. El conocimiento de un porcentaje de las palabras del idioma (tal vez un 25%).
3. El conocimiento de algunas reglas sencillas

Antes de empezar a escribir, hemos de prever cómo va a comprender el lector nuestro mensaje y cómo va a reaccionar. Con el fin de no escribir más de lo necesario para lograr nuestro objetivo. Aunque la gramática siempre es importante, en la fase de redacción previa lo esencial no es el estilo, sino saber exactamente qué queremos decir y en qué orden.

¿Qué tipo de texto necesitas para expresar lo que quieres comunicar? Para responder a esta pregunta, a continuación, se describen las características de los prototipos textuales y los propósitos del texto. Los prototipos textuales son las características estructurales de los textos que los definen como tales. Cada uno tiene un lenguaje específico y una estructura externa e interna particulares. Los prototipos textuales sirven para identificar las diferentes formas que adquiere un texto, así como la intencionalidad del mensaje. Identificarás los tipos de vocablos empleados en cada forma del discurso para dirigirlo con más acierto al intelecto o sentimiento de los lectores. Debes considerar que no puede ser lo mismo describir un objeto que narrar una historia, ni tampoco es lo mismo exponer un tema que sostener un argumento. Existen estructuras básicas de fondo y de forma que diferencian un texto de otro, además de que la intención comunicativa de cada uno, tampoco será la misma.

precisión léxica es el uso adecuado del significado de una palabra en un determinado contexto. La lengua castellana es rica en variedades de palabras para una determinada expresión. El uso formal del castellano exige el empleo de las palabras en su sentido exacto. Lo contrario se denomina imprecisión.

En su obra — ¿Y por casa, ¿cómo andamos?, el profesor argentino Esteban Giménez, lingüista y lexicólogo, presenta a los enemigos: neologismos, barbarismos, solecismo, anfibología, monotonía, impropiedad, redundancia, extranjerismo, vulgarismo, cacofonía, arcaísmo, ultracorrección o hipercorrección, cultismo.

La redundancia es innecesaria; la reiteración da énfasis o vigor. Generalmente la redundancia se produce por pobreza de léxico. Aunque en rigor no se definen igual, es frecuente el uso indistinto

de pleonismo y redundancia. Los gramáticos optan principalmente por pleonismo. Éste es —una figura de construcción que consiste en emplear en la oración uno o más vocablos innecesarios para el recto y cabal sentido de ella, pero con los cuales se da gracia o vigor a la expresión.

Tipos de oraciones impersonales Dentro de las oraciones impersonales se reconocen cuatro categorías frecuentes. Podemos mencionar, primero, a las oraciones que describen fenómenos meteorológicos (como —llueve o —nieva). Es claro que es imposible atribuirle a un sujeto activo estas circunstancias; son oraciones impersonales que pueden formularse en presente, en pasado o en futuro: siempre se mantiene la condición de impersonal.

En segundo lugar, podemos mencionar a la oración impersonal que describe obligación con la construcción verbal a ver qué ‘, conjugada en presente, pasado o futuro (como —hay que llamar a un médico o —hubo que acomodar todo en cinco minutos). Una tercera clase es la de la impersonalidad semántica. Esto significa que existe alguien que realiza la acción que describe el verbo, pero se desconoce quién es y por ende no se lo puede nombrar de manera concreta; en ese caso se suele optar por expresar el verbo en plural (ejemplo: —Llaman a la puerta).

Un cuarto caso es el de la impersonalidad expresada mediante —se, como en la oración que sigue: —Se vive mejor en el campo que en las grandes ciudades. Este último caso no debe ser confundido con el de oraciones formuladas en voz pasiva, que también incluyen al verbo ser.

La voz pasiva hace alusión a aquella construcción que permite enfatizar un estado o acción en lugar del sujeto que la lleva adelante. Esto último puede ser porque el sujeto sea poco importante, o bien, porque se presume que el receptor del mensaje está al tanto de quién llevó dicha acción adelante. Es por ello que muchas veces, incluso, ni siquiera se lo menciona al sujeto.

El proceso de comunicación tiene algunos elementos fundamentales para llevarse a cabo en su totalidad y cumplir su función primordial: recibir una respuesta. A continuación, se señalan los elementos que favorecen la comunicación:

- a. Participantes: individuos que asumen los roles de emisor (quien transmite información, codificando el mensaje) y receptor (quien recibe la información y la decodifica, es decir, interpreta los mensajes o comportamientos que le son transmitidos)
- b. Mensaje: conjunto de sonidos, palabras, comportamientos, símbolos e ideas, transmitidos de manera verbal y no verbal para adquirir significados dentro de la comunicación, es decir; todo lo que se transmite durante el proceso comunicativo.
- c. Canal: medio por el que se transmite el mensaje. Puede ser natural (el habla) o artificial (medios de comunicación).
- d. Contexto: ambiente en el que se desarrolla la comunicación, es decir, todo lo que rodea al proceso. El contexto comprende no sólo el ambiente externo, sino todas las cuestiones psicológicas, culturales, históricas y sociales que rodean a la comunicación

Las sociedades humanas han progresado en gran medida gracias a la comunicación, entendida como un conjunto de actos que realizan los individuos para establecer contactos y poder transmitir, recibir e interpretar todo tipo de informaciones. Los mensajes que emite el emisor al receptor se expresan con distintos propósitos o intenciones comunicativas (referir, informar, convencer, ordenar, emocionar, sensibilizar, comunicar, expresar, suplicar, etc.) las cuales están determinadas por alguno de los elementos que intervienen en el proceso de la comunicación y están vinculadas con las funciones de la lengua

La importancia que la intención tiene en la comunicación humana, no obstante, no puede comprenderse de una manera cabal atendiendo únicamente al emisor del enunciado, sino que debe tomarse en consideración también el papel que desempeña el receptor.

La intención comunicativa es el objetivo que perseguimos cuando hablamos, escribimos o emitimos algún mensaje. Si queremos informar, nuestro mensaje tendrá ciertas características. Si queremos enseñar cómo se realiza algún procedimiento, el lenguaje varía. Tanto la estructura como las palabras empleadas en cada caso, son diferentes. Sin embargo, un mismo mensaje puede tener más de una intención.

A continuación, se presentan algunos ejemplos de cada una de ellas: Intención informativa:

Cuando nuestra intención es informar, usamos datos, hechos objetivos, sucesos, acontecimientos.

Un claro ejemplo de cuándo se utiliza la función informativa es una noticia. Intención persuasiva:

Cuando queremos convencer a alguien de algo, empleamos la función persuasiva. Un anuncio publicitario busca que hagamos alguna transacción o compra. La argumentación, las palabras que empleamos, todo tiene importancia para convencer o persuadir. Intención apelativa: Cuando queremos ordenar algo, empleamos la función apelativa. En este caso, se debe emplear un lenguaje claro y directo.

Por ejemplo, un mensaje de ¡Silencio!, es un ejemplo de la intención apelativa. Un instructivo tiene también una intención apelativa, ya que nos indica paso a paso lo que debemos hacer.

Intención de advertencia: Si queremos prevenir sobre algún peligro, o avisar sobre algún riesgo, utilizamos la advertencia.

Y todo esta y falta mucho mas para decirles lo que es redacción en español debido a que son muchos procesos y subprocesos para la redacción de un texto, formal o informal entre muchos otros

Referencias

<https://plataformaeducativauds.com.mx/assets/docs/libro/LAN/f2eaaef03df4dc7c92c4a183c1f40d72-LC-LAN104%20REDACCI%C3%93N%20EN%20ESPA%C3%91OL.pdf>

Bibliografía.

- Taller de lectura y redacción I. / Secretaria de educación pública. / María Cristina Sánchez Rodríguez / 2014 / México / ISBN en trámite.

- Taller de lectura y redacción I. / Editorial patria / Carlos Zarzar Charur / México / 2021 / ISBN: 978-6077447559