

UDS

UNIVERSIDAD DEL SURESTE

BLANCA GUADALUPE JIMÉNEZ ALFARO
MONTSERRAT CITLALY GARCÍA AGUILAR

REDACCIÓN EN ESPAÑOL
LICENCIATURA EN DERECHO

1-A

COMITÁN DE DOMÍNGUEZ CHIAPAS

UNIDAD 1 .

1.1 CONSIDERACIONES GENERALES SOBRE LA ESCRITURA

La escritura es el la comprensión (leer y escuchar) y producción (escribir y hablar) de textos modificando la reflexión sobre la naturaleza del lenguaje y su uso como herramienta del pensamiento y se capaz de leer de manera crítica ; así como de comunicar y argumentar ideas claras de manera de forma escrita.

Escribir siempre implica decir algo y para ello hay que tener un conocimiento previo de aquello que queremos decir.

Su objetivo es :

- Que se entienda
- Que se trasmíta



1.2 CONSEJOS GENERALES PARA MEJORAR LA EXPRESIÓN ESCRITA

Las cualidades de un escrito profesional no tienen nada que ver con las de un escritor.

Sólo hace falta:

- Tener el pensamiento organizado.
- El conocimiento de un porcentaje de las palabras del idioma (tal vez un 25%).
- El conocimiento de algunas reglas sencillas.
- Un escrito sólo es bueno o malo en la medida en la que se adapta o no a su destinatario.
- Un buen escrito debe tener en cuenta las circunstancias que influyen en su lectura.
- Los documentos profesionales deben obedecer a estos tres criterios fundamentales:
 - Legibilidad: se deben escribir para ser leídos y comprendidos sin dificultad.
 - Concisión: es el arte de practicar la claridad sin olvidar la densidad



1.3 PROPIEDADES GENERALES DE LOS TEXTOS

Las propiedades del texto son: *cohesión*, *coherencia* y *adecuación*.

Cohesión: es la propiedad textual que permite que las ideas (expresadas a través de oraciones y párrafos) estén relacionadas correctamente unas con otras y que sean, en consecuencia, entendibles.

Coherencia: es la propiedad del texto que permite identificar la unidad temática y comunicativa que expresa el escrito o el mensaje oral.

Adecuación: Es la propiedad del texto que tiene que ver con el sentido comunicativo que quiere dársele al mensaje específico de que se trate. Para ello, es recomendable que el enunciador tenga claro a qué enunciatario se dirige.



Para redactar un texto se deben considerar los siguientes pasos:

- Selecciona un tema.
- Enlista y ordena las ideas.
- Busca información relevante.
- Redacta un primer borrador.
- Examina los errores y corrígelos.
- Redacta el texto final.



1.4 CORRECCIÓN

En un sentido más preciso, redactar consiste en expresar por escrito los pensamientos ordenados con anterioridad, respetando las reglas gramaticales y las propiedades básicas de la redacción para que el mensaje pueda ser comprendido por el receptor. Por eso, el uso de lenguaje necesita del conocimiento de aspectos importantes para que las palabras se enuncien en un todo significativo.

Estos aspectos dependen de la lingüística y pertenecen a las siguientes ramas:

- Fonología
- Morfología
- Sintaxis
- Semántica
- Lexicología
- Ortografía



LA CORRECCIÓN

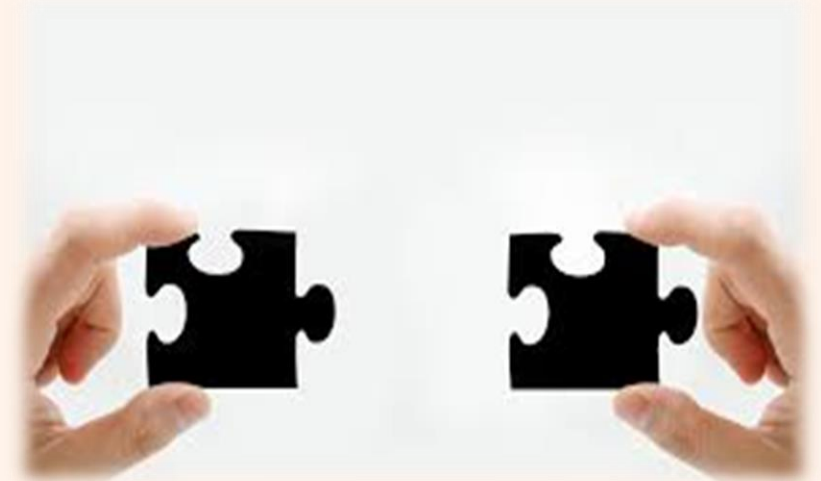
Un texto bien escrito tiene que atender las exigencias de la corrección: es decir, debe respetar las reglas ortográficas, reproducir fielmente las palabras y atender las reglas de la construcción sintáctica.

La corrección, sobre todo, pretende intervenir en el texto para solucionar las incorrecciones que se presenten, buscar una normalización en el escrito, prestar atención a los usos diacríticos y ortográficos y establecer una unificación en las normas que rijan el texto, conforme a lo propuesto inicialmente por el autor.

1.5 COHESIÓN. CONECTORES Y ENLACES ORACIONALES

La cohesión es la propiedad que tienen los textos en la que el emisor suele mantener una relación entre los elementos (palabras, oraciones, párrafos) y los mecanismos formales (nexos, conectores, signos de puntuación) que harán producir un texto lingüísticamente atractivo, basándose en una idea. Conectar esos elementos significa dar hilaridad y sentido a lo que se expresa.

También la cohesión, es la conexión de los elementos lingüísticos del texto que se relacionan entre sí para conformar el texto,



CARACTERÍSTICAS:

- Unión de expresiones y oraciones que integran un párrafo.
- Los elementos de unión, el sujeto, conjunciones, preposiciones, signos de puntuación,
- uso de sinónimos, adverbios, etcétera.

LA COHESIÓN TEXTUAL

MECANISMOS DE COHESIÓN



1.6 COHERENCIA. INTERFERENCIA DE LA ORALIDAD EN LOS TEXTOS ESCRITOS FORMALES

Condiciones de la coherencia:

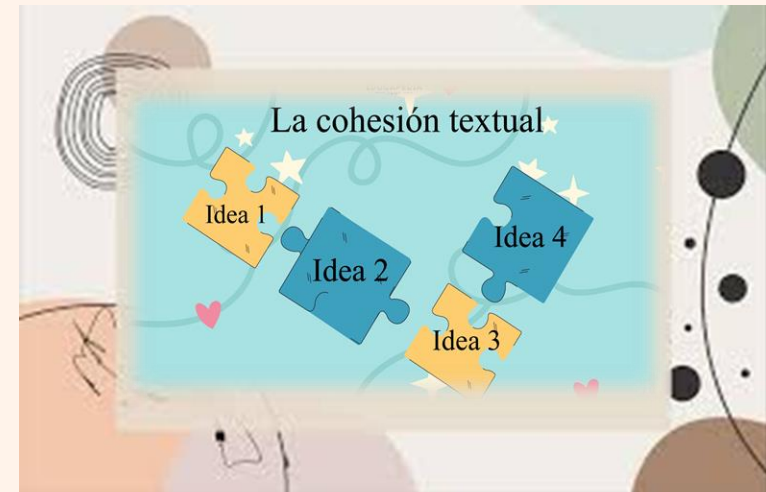
- unidad formal, organizada en párrafos
- unidad de sentido, todos los enunciados del texto están en relación con la idea principal

Características:

- unidad de las partes del texto.
- Orden en las ideas.
- Progresión temática, o hilo conductor.

Ejemplo:

- Rodrigo escribe cartas mientras Cristina lee el periódico.
- Graciela debe haberse ganado la lotería. Ayer la ví manejando un auto último modelo.
- No creo que venga Pedro, está demasiado cansado. Además, vive muy lejos de aquí.



1.7 ADECUACIÓN. EL REGISTRO, VARIEDADES DE LA LENGUA.

La adecuación :requiere una forma de comunicación adaptada al tema que trata (general o particular, de divulgación o especializado); determina qué lenguaje será el más adecuado para establecer la comunicación con el receptor (culto, vulgar o coloquial); precisa la intención comunicativa (informar, instruir, entretener, etc.); define el grado de formalidad que el autor quiere dar al texto (serio, jocoso, informal, etc.).

Características:

- El emisor se adapta al receptor.
- El emisor se adapta al contexto espacio-temporal.
- Respeta el tono idiomático, nivel coloquial, vulgar, culto, académico, etcétera.
- Asume las normas del grupo social, respeto de los tabús, selecciona las palabras
- Respeta las normas de cortesía vigentes entre los interlocutores.



1.8 PRECISIÓN LÉXICA.

La 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.

Precisión léxica
Palabras homófonas

- 1 AY**  Interjección.
Sentimiento: dolor, sorpresa, lamento.
- ¡Ay qué dolor!
- 2 HAY**  Verbo haber.
Existencia de algo o alguien.
- Hay una manzana en el escritorio
- 3 AHÍ**  Adverbio de lugar.
- Pon la manzana ahí (en el escritorio)

1.9 LA IMPERSONALIDAD

Con el nombre de oraciones impersonales se conocen a aquellas oraciones que carecen de un sujeto concreto a quien se le pueda atribuir la acción que refiere el verbo. No se deben confundir estas estructuras impersonales con las de sujeto tácito, que sí tienen un sujeto por cuenta de quien corre la acción del verbo, solo que este no es nombrado explícitamente, aunque resulta obvio en función de otras cuestiones sintácticas (ejemplo: Trabajo de lunes a jueves; sujeto tácito: yo).

Típos de oraciones impersonales:

- Podemos mencionar, primero, a las oraciones que describen fenómenos meteorológicos (como —llueve o —nieva).
- En segundo lugar, podemos mencionar a la oración impersonal que describe obligación con la construcción verbal haber qué', conjugada en presente, pasado o futuro (como —hay que llamar a un médico o —hubo que acomodar todo en cinco minutos).



1.10 LA VOZ PASIVA.

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.

Ejemplo:

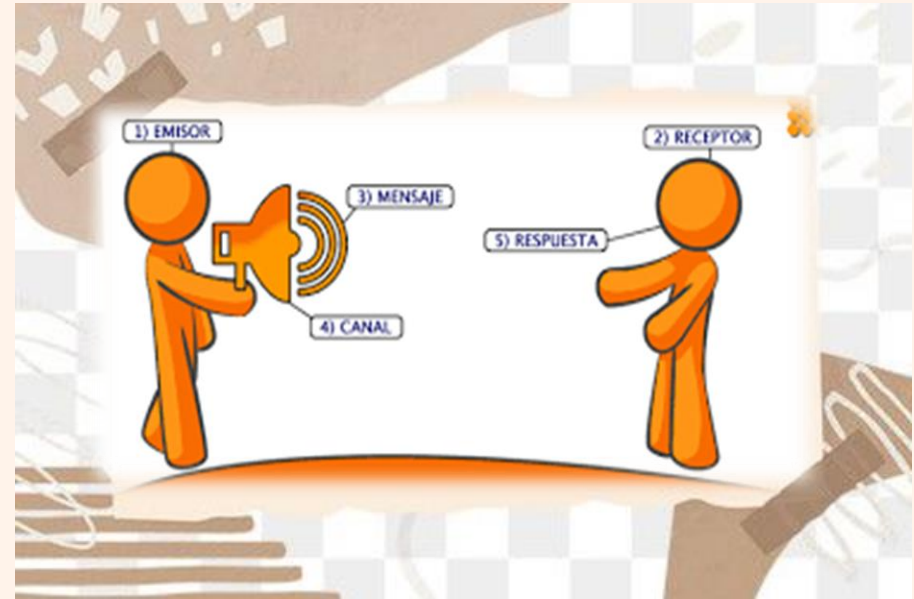
- América fue descubierta en el año 1492 por Colón
- En esta oración se da más importancia a la acción del descubrimiento más que al sujeto que la descubrió.



1.11 PROCESO COMUNICATIVO

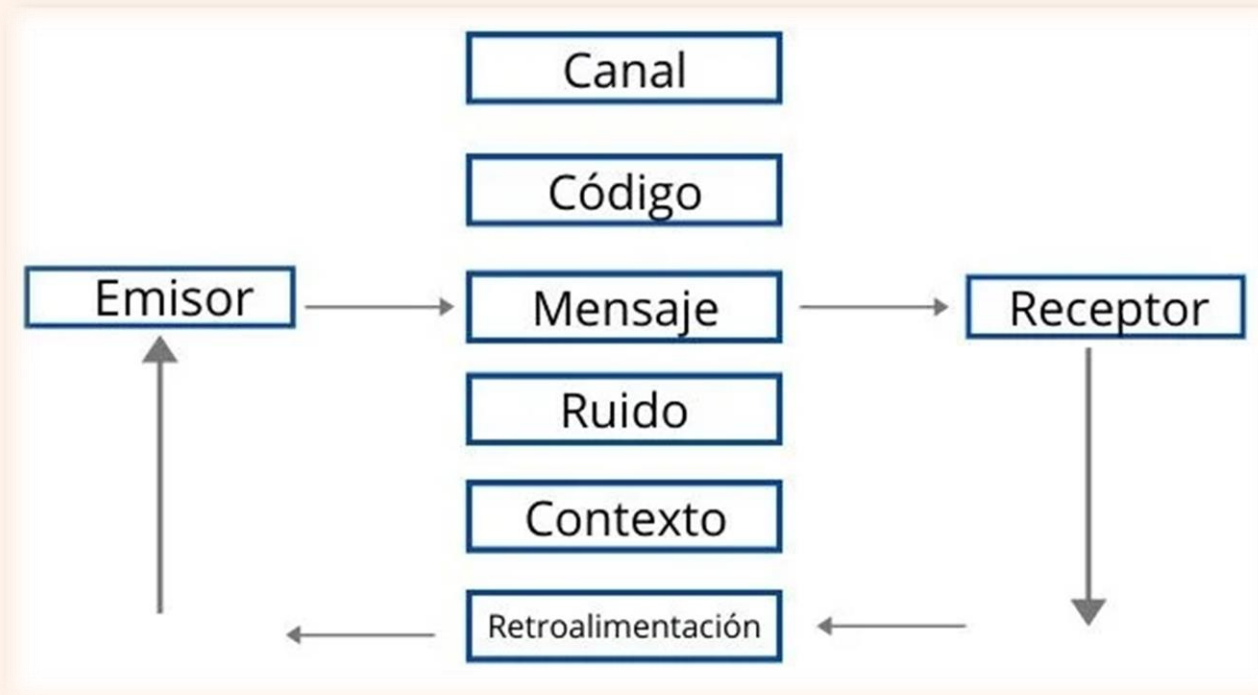
La definición técnica indica que el proceso de comunicación es aquel que se da entre un emisor y un receptor, donde el primero emite un mensaje en forma de código dirigido al segundo, el cual se lleva a cabo mediante un determinado canal.

Es así como se indica que para que se dé el acto comunicativo, deben existir dos elementos clave, tanto el emisor como el receptor; sin embargo, la proporción emisor-receptor puede variar. Como ejemplos de este planteamiento podemos mencionar una conferencia, un debate, una obra de teatro, etc., donde en cada actividad existe una cantidad variable de participantes que transmiten y reciben uno o varios mensajes.



1.12 ELEMENTOS DEL PROCESO COMUNICATIVO

Emisor: quien transmite el mensaje. Receptor: quien recibe el mensaje. Mensaje: la información que se transmite. Canal: el medio por el cual se envía el mensaje.



UNIDAD II

2.1 INTENCIÓN COMUNICATIVA

La intención comunicativa es el propósito, la meta o finalidad que quiere conseguir, por medio de su discurso, el participante de un acto comunicativo. La intención modela el discurso del emisor, puesto que sus actos lingüísticos irán encaminados a lograr el propósito que persigue (aunque sea de forma inconsciente), a la vez que también influye en la interpretación del 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.



2.2 FUNCIONES DEL LENGUAJE

Cuenta con 6 funciones :

1. **Función apelativa o conativa:** busca generar una reacción, una respuesta o la realización de una actividad por parte del receptor.
2. **Función metalingüística:** se presenta cuando la lengua se utiliza para hablar de sí misma.
3. **Función fática:** se usa para que tanto el emisor como el receptor comprueben, de vez en cuando, que el canal de transmisión de la información, funciona bien.
4. **Función referencial o denotativa:** el proceso comunicativo se centra en el contexto (es decir, el ambiente que se da en la comunicación).
5. **Función expresiva o emotiva:** se centra en el emisor, ya que el mensaje que produce hace referencia a lo que siente, a su yo más íntimo.
6. **Función poética:** en esta función, el acto de comunicarnos se centra en la estructura lingüística del mensaje.



2.3 Etapas del proceso de lectura

Prelectura: esta actividad es previa a la lectura y consiste en identificar la información general que se localiza en el texto a través de la organización del contenido, de las gráficas presentadas, de los títulos o subtítulos que componen el texto, del tipo de letra que se emplea, entre otros.

Lectura: esta etapa se realiza continuamente. Cuando alguien te envía una carta, cuando ves un anuncio o letrero en la calle, cuando quieres comprar algún producto; lees la información que aparece en los comerciales de televisión y los subtítulos de películas.

Poslectura: es valioso que reconozcas la utilidad de lo aprendido, puesto que te servirá para darle mayor significado y aplicación en tu proceso de aprendizaje.

Contexto: se refiere a las circunstancias en las que se elabora el texto.

Planeación: es el paso más importante para escribir algún tema.



2.4 ETAPAS DEL PROCESO DE ESCRITURA

1. Planeación
2. Pre escritura
3. Borrador
4. Revisión
5. Redacción
6. Reescritura
7. Estilo



2.5 PROPIEDADES DE LA REDACCIÓN.

Las propiedades de la redacción no son más que los requisitos que posee cualquier manifestación verbal y deben ser cumplidos para considerarse como un texto. El contenido debe poseer un carácter netamente comunicativo.

La redacción ayuda a desarrollar el pensamiento ya que ayuda, no sólo a desarrollar y organizar ideas sino, a compartir ideas con nuestros compañeros. Al escribir, el estudiante produce textos, por lo tanto desarrolla su conocimiento con sus propias ideas.



2.6 PROTOTIPOS TEXTUALES DE LA REDACCIÓN

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.

Los Prototipos Textuales, son las organizaciones de los textos, cada tipo textual tiene un lenguaje específico y estructuras definidas. De tal forma, se consideran sistematizaciones de los textos, los Científicos, Literarios, Narrativos, Informativos, de Comentario o Valorativos



2.7 NARRACIÓN

La narración tiene como objetivo principal dar a conocer un relato sobre un acontecimiento donde intervienen personajes en un ambiente delimitado. Suelen emplearse los verbos y los sustantivos para conjuntar las acciones de la historia.

Una narración es la manera de contar una secuencia o una serie de acciones o hechos, reales o imaginarios, que les suceden a unos personajes. Esto ocurre en un lugar concreto y durante una cantidad de tiempo determinada.



2.8 DESCRIPCIÓN

Describir equivale a pintar con palabras un objeto, animal, persona, lugar o ambiente, para observar los detalles como si estuviéramos frente a la pintura de un cuadro. En la descripción de un texto se utilizan principalmente los adjetivos que sirven para definir los rasgos de una persona, señalar sus cualidades, resaltar sus actitudes, delimitar sus sentimientos, mostrar sus defectos, etc.

Una descripción es la acción y efecto de describir, esto es, de explicar o representar detalladamente por medio del lenguaje los rasgos característicos de un objeto, persona, lugar, situación o acontecimiento.



2.9 EXPOSICIÓN

Su propósito principal es explicar de forma sistematizada la exposición por escrito de una investigación, la descripción de un invento, el significado de un concepto, el informe sobre una obra literaria, algún suceso o idea, etc. El lenguaje empleado en la exposición suele ser directo, por lo tanto, es muy objetivo. No puede emplearse el lenguaje connotativo o subjetivo, porque el mensaje va dirigido al intelecto del receptor. Su intención comunicativa es informar, por lo que se manejan conceptos muy concretos.



2.10 ARGUMENTACIÓN

La argumentación se define como una serie de razonamientos que parten de una idea central en la que se exponen ciertas aseveraciones, lógicas o convincentes, que el autor tendrá que atender para sostenerlas, demostrando que tiene un nivel intelectual y cultural muy sólido. Su intención comunicativa es tratar de convencer, persuadir e incitar al lector para que adopte una idea, cambie una opinión o simplemente mantenga el curso de acción. La argumentación puede encontrarse en los ensayos, en algunos artículos editoriales, especializados o de opinión que se publican con regularidad.



2.11 DIÁLOGO

Es la conversación que se da entre dos o más personas, quienes expresan a través de un intercambio de ideas sus argumentos y puntos de vista de forma alterna. El diálogo da cabida a todo tipo de debates que pueden desencadenar tanto acuerdos como desacuerdos. Existen diálogos que tienen como objetivo intercambiar ideas, datos, impresiones, experiencias. El diálogo es una modalidad del discurso oral y escrito en la que se comunican entre sí dos o más personas, en un intercambio de ideas por cualquier medio.

