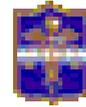




UBA



CIEEM 2017/2018

## Lengua Clase n° 2 – 25 de marzo de 2017



- Leé con atención la siguiente adaptación de un texto publicado por la Universidad Nacional del Litoral.

**Domingo 05 de marzo de 2017 - 12:54 hs**

### **Argentina, en el top ten de países con más usuarios de emojis**

Según un ranking elaborado en base a usuarios de 212 países, Argentina ocupa el séptimo lugar en el nuevo *metalenguaje*.

Aunque los emojis existan en el mundo entero, pocos los usan tanto como los argentinos. Según un ranking elaborado en base a usuarios de 212 países, Argentina ocupa el séptimo lugar en consumo de emojis. La Universidad de Pekín y la de Michigan analizaron durante un mes el uso de emojis a través de smartphones que hicieron 3,88 millones de usuarios del teclado Kika, uno de los más populares del planeta.

Estados Unidos, Brasil, México, Francia, España, Turquía, Argentina, Indonesia, Rusia y Colombia conforman el “top 10” de países con mayor cantidad de usuarios activos, es decir, que mandaron al menos un mensaje con emojis durante el período analizado (...)

#### **Simple para los chicos, difícil para los grandes**

Las opciones son más de mil, pero el 90% del uso se concentra en 119 imágenes, según reveló el estudio. En cada país, esa selección varía. El emoji preferido de los argentinos es la carita con ojos en forma de corazón, mientras que el más popular a nivel mundial es la carita con “lágrimas de alegría”, la tercera más elegida por los argentinos.

“La necesidad del emoji tiene origen en la gran cantidad de información que se pierde al pasar del plano oral al escrito, como los tonos, el volumen de la voz, los gestos faciales, las pausas”, explica Santiago Kalinowski, director del departamento de Investigaciones Lingüísticas y Filológicas de la Academia Argentina de Letras. Por más novedosas que sean las caritas, animales, plantas o edificios que aparecen en el teclado, el lingüista y lexicógrafo afirma que “la aparición de la *iconografía* alrededor de lo escrito es algo muy antiguo que ya se veía en manuscritos de hace siglos atrás”. Lo que cambia en el tiempo son “los recursos y la tecnología”.

La búsqueda por completar o aclarar el sentido de lo escrito con emojis no se da en todos los mensajes. Según los resultados de la muestra analizada, sólo el 3,1% de los mensajes que los argentinos envían contienen **pictogramas**.

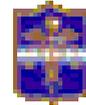
De los países que ocupan el “top 10”, Francia lidera el ranking con un 19,8% de mensajes enviados con emojis. El promedio mundial arroja que el 7,1% del total de mensajes registrados durante un mes contenían al menos un **emoji**.

“Hoy mi mamá, mi abuela y casi todas las personas que conozco usan emojis. Es un lenguaje universal”, opina Tomás Balmaceda, el filósofo y periodista que tradujo el libro “Cuentos de la Selva” de Horacio Quiroga. Su ‘traducción’ fue un experimento que mezcla emojis de todas las variedades con palabras. “El lenguaje natural es de por sí ambiguo pero con los emojis esa vaguedad aún es mayor y la veo más divertida para jugar”, expresa entusiasmado.

“Para que los emojis se entiendan se establece un código que tiene que ser compartido. Cuando hay brecha generacional no existe tal convención por lo que pueden haber desentendidos”, agrega el lingüista Kalinowski mientras recuerda que cuando le envió a su padre el primer emoji, no lo entendió. Siéntanse aliviados aquéllos padres e hijos que muchas veces no se entiendan entre sí por más caritas, manitos y monitos que se envíen.

**FUENTE: CLARÍN**

En : [HTTP://WWW.LTI10.COM.AR/NOTICIA/183200--ARGENTINA-EN-EL-TOP-TEN-DE-PAISES-CON-MAS-USUARIOS-DE-EMOJIS-&SECCION=CIENCIA-Y-TECNOLOGIA](http://www.lti10.com.ar/noticia/183200--ARGENTINA-EN-EL-TOP-TEN-DE-PAISES-CON-MAS-USUARIOS-DE-EMOJIS-&SECCION=CIENCIA-Y-TECNOLOGIA)



Luego de la lectura , respondé:

- ✚ ¿Qué son los emojis?
- ✚ ¿Quiénes los usan y para qué?
- ✚ Nombra las personas que en el texto aportan información y opinan acerca de ellos. Reconocé y encerrá entre corchetes las palabras de uno y otro especialista.
- ✚ ¿Cómo las identificaste?
- ✚ ¿Hay alguna palabra cuyo significado desconozcas? Anotala/s.
- ✚ Buscá en tu diccionario las palabras destacadas en negrita. ¿Están todas estas palabras en el diccionario? ¿Cuál será la causa?
- ✚ ¿Cómo pudiste entonces responder la primera pregunta?
- ✚ ¿Qué relación guardan entre sí todas esas palabras destacadas?
- ✚ Proponé dos oraciones que resuman el contenido del texto.

### La situación comunicativa

- ✚ Subrayá en el texto anterior el último aporte que agrega el director del departamento de Investigaciones Lingüísticas y Filológicas de la Academia Argentina de Letras. Luego, determiná a quién/es se lo dice y en qué contexto lo expresa.
- ✚ Explicá con tus palabras qué entendés a partir de su enunciado.
- ✚ Observá la siguiente imagen y relacionala con lo que expresó anteriormente Santiago Kalinowski. ¿Con qué otros conceptos dados en el texto leído la podemos relacionar? ¿En qué situación se podría producir este mensaje?

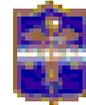


Los ejemplos analizados en las consignas anteriores nos permiten ver y entender el proceso de comunicación que se da entre el que desea transmitir un mensaje y a quién este está dirigido. Esto lo podemos comprender por los “recursos” empleados en su elaboración como así también, por el contexto en el que se produce.

- ✚ Para sistematizar mejor este tema, elaborá junto a tu docente el esquema que reúna todos los componentes de una situación comunicativa.
- ✚ A partir del esquema anterior, ubicá en el texto leído el siguiente enunciado y reconstruí la situación comunicativa: *“Hoy mi mamá, mi abuela y casi todas las personas que conozco usan emojis. Es un lenguaje universal”*.

Tengamos en cuenta que:

- ✓ Además de usar signos lingüísticos, los mensajes se transmiten por medio de gestos, jugando con el tono de la voz, a través de marcas gráficas (como negritas, coloreados), etc.
- ✓ El mensaje puede ser oral o escrito.
- ✓ En las situaciones de comunicación oral cara a cara, los roles de emisor y receptor suelen intercambiarse.



- ✓ Para poder comunicarse, el emisor y el receptor deben compartir (conocer) el código a través del cual intentan comunicarse. Muchas veces, cada persona tiene un conocimiento propio del código, que puede ser diferente del conocimiento del código que tiene la otra persona.
- ✓ El lugar y el tiempo son muy importantes en la situación comunicativa. La consideración del contexto situacional de la comunicación es siempre necesaria para la producción eficaz de un mensaje y también para su adecuada interpretación. Una misma situación comunicativa cambia al cambiar el contexto.
- ✓ Si bien solemos hablar de “el emisor” y “el receptor”, en muchas situaciones de comunicación hay emisores múltiples. En cuanto al receptor puede ser directo (cuando el emisor se dirige a él), indirecto (cuando el emisor le habla a una persona para que otra escuche lo que está diciendo); y también puede haber receptores no previstos.

### Funciones del lenguaje

- ❖ En esta clase hemos analizado los factores o elementos que intervienen en una situación comunicativa. Hemos visto que, para comunicarse, el hablante puede usar la lengua y valerse de otros recursos o lenguajes. Siempre que lo hace tiene un propósito u objetivo determinado: expresar lo que siente, lo que sabe, lo que quiere que otra persona haga, etc. Según su intención al hacerlo, sabe que debe privilegiar uno de los factores o elementos del circuito.
  - ✓ Analizó la intención que tuvo cada uno de los emisores al momento de producir los siguientes mensajes. Para ello, elaboró previamente la situación comunicativa correspondiente. Determina qué elemento o factor se destaca.

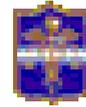


#### *Qué es Emoji:*

Emoji es una palabra japonesa que se utiliza para designar las **imágenes o pictogramas que son usados para expresar una idea, emoción o sentimiento** en medios de comunicación digital.

Se han vuelto tan populares entre los usuarios de internet y *smartphones* que, incluso, el *Diccionario Oxford* ha elegido el emoji con lágrimas de risa como la **palabra del año 2015**, debido a su uso y popularidad.

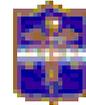
**Son utilizados sobre todo en mensajes electrónicos, comunicaciones digitales y sitios web.** Están presentes en distintas aplicaciones de mensajería instantánea, como WhatsApp, Spotbros, Telegram o Hango



- Cuando el EMISOR tiene la intención de **dar cuenta de sus sentimientos, sus emociones y su subjetividad** privilegia en su mensaje la **FUNCIÓN EMOTIVA**. Para ello utiliza una serie de marcas lingüísticas como por ejemplo: la 1º persona gramatical y expresiones valorativas.
- Cuando el EMISOR tiene la intención de **llamar la atención del receptor e influir sobre él** privilegia en su mensaje la **FUNCIÓN APELATIVA**. Para hacerlo utiliza algunas marcas lingüísticas como: la 2º persona gramatical (verbos en imperativo y uso de vocativos).
- Cuando el EMISOR tiene la intención de dar objetivamente información acerca de un tema privilegia en su mensaje la **FUNCIÓN REFERENCIAL**. Para hacerlo utiliza algunas marcas lingüísticas como: la 3º persona gramatical (verbos en indicativo y oraciones declarativas, por ejemplo.)

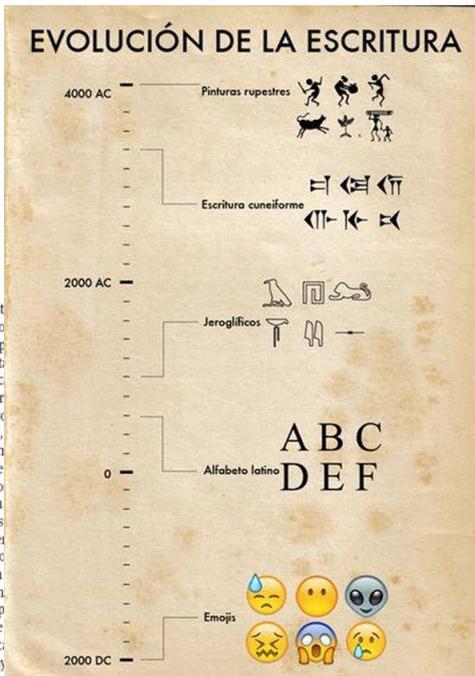
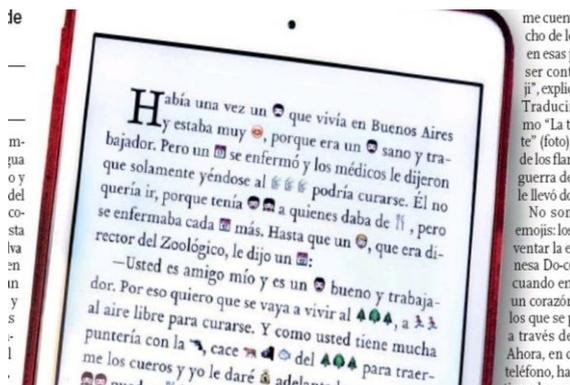
Para completar las distintas funciones del lenguaje que se privilegian en una determinada situación comunicativa, leé atentamente el siguiente cuadro y con tu docente y tus compañeros pensá otros ejemplos para cada función del lenguaje:

<i>El ingreso a primer año del Colegio Nacional de Buenos Aires y de la Escuela Superior de Comercio "Carlos Pellegrini" se realiza a través de un único curso de ingreso. El curso de ingreso se lleva a cabo con el fin de determinar los ingresantes a primer año garantizando a los aspirantes que el ingreso sea de una manera transparente y democrática, que atienda únicamente a méritos académicos.</i>	El emisor tiene la intención de dar cuenta objetivamente un tema, destacando al <b>referente</b> . El emisor no presenta ni sus emociones ni su perspectiva, se orienta simplemente al contenido. Predomina la <b>función referencial</b> .
<i>¡Por fin empezamos el CIEEM!</i>	El <b>emisor</b> explicita sus sentimientos, sus emociones, su subjetividad. Se destaca la <b>función emotiva o expresiva</b> del lenguaje.
<i>Bienvenidos al CIEEM. ¡A construir juntos el conocimiento de manera activa!</i>	El emisor intenta llamar la atención del <b>receptor</b> . En este caso, se destaca la <b>función apelativa</b> del lenguaje; se pide, ruega o exhorta al receptor.
<i>Saber que se puede, querer que se pueda Quitarse los miedos, sacarlos afuera Pintarse la cara color esperanza Entrar al futuro con el corazón.</i>	El emisor de este mensaje se expresa conjugando la rima, la musicalidad. Se manifiesta la <b>función poética</b> del lenguaje, porque centralmente interesa poner de relieve el <b>mensaje</b> .
<i>¿Lucas? ¿Me escuchás? Hola, hola... Ya empecé el CIEEM. Hay mucho ruido en el recreo..., ¿me escuchás?</i>	El emisor necesita, en esta situación, comprobar si el <b>canal</b> de la comunicación funciona en tanto el ruido durante el recreo y la señal débil interfieren en la conversación. Se ha recurrido a la <b>función fática</b> para verificar el medio físico –canal- por el cual se ha transmitido el mensaje.
<i>El CIEEM es el curso de ingreso a las escuelas preuniversitarias de la UBA.</i>	El emisor da cuenta del significado de una palabra (es decir, de un elemento del <b>código</b> ), concentrando en él su interés. Se presenta una referencia del <b>lenguaje</b> sobre sí mismo. Predomina la <b>función metalingüística</b> .



### Tarea para la próxima semana

- ✓ Repasá las consignas realizadas durante esta clase, y luego realizá las siguientes actividades:
  - Observá las siguientes imágenes y luego determiná para cada una de ellas:
    - la intención del emisor al producirla.
    - una posible situación comunicativa en la que pudo haber surgido
    - el esquema de comunicación correspondiente.



- Reescribí cada uno de los textos utilizando solamente el código lingüístico, sin emojis. (No olvides tener en cuenta lo visto durante esta segunda clase).
- Señalá qué función del lenguaje que predomina en cada uno.