

**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO**

**ESCUELA NACIONAL DE ESTUDIOS PROFESIONALES  
" CAMPUS ARAGON "**

**"PUBLICIDAD CONTAMINANTE ERRORES ORTOGRÁFICOS  
Y SINTÁCTICOS EN LOS ANUNCIOS ESCRITOS DIFUNDIDOS  
EN LA CIUDAD DE MÉXICO  
R E P O R T A J E**

**T E S I S  
QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:  
LICENCIADO EN COMUNICACIÓN  
Y PERIODISMO**

**P R E S E N T A :  
DELTA SUSANA CEREZO SANSORES  
VERÓNICA GARCÍA BUSTAMANTE**

**ASESOR:  
MARÍA GUADALUPE PACHECO**

**MEXICO 2003**

**TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN**

40424  
19-a



Universidad Nacional  
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

**Biblioteca Central**



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

**A la Universidad Nacional Autónoma de México,  
nuestra máxima casa de estudios**

*Por conducimos en el camino hacia nuestra vida profesional y por otorgarnos  
la oportunidad del conocimiento.*

**A la Escuela Nacional de Estudios Profesionales campus Aragón**

*El lugar que por varios años nos vio sorteando obstáculos, pero que también  
albergó nuestros sueños para poder alcanzar una de nuestras metas.*

**A Beatriz Escalante**

*Quien, de manera incondicional, siempre tuvo una palabra de aliento y  
nos apoyó para no abandonar nuestros objetivos.*

**A la profesora Guadalupe Pacheco Gutiérrez**

*Por compartir y brindarnos su ayuda en los momentos de dificultad, además  
de ser guía en la elaboración de este reportaje.*

**A cada uno de nuestros entrevistados**

*Quiénes a través de sus palabras plasman los aciertos y disyuntivas entre  
la publicidad y el lenguaje.*

**Susana Cerezo Sansores  
Verónica García Bustamante**

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

*"La familia por una parte  
es la trampa que limita nuestros  
pensamientos, emociones, deseos  
y vida material... y por otra  
es el tesoro que encierra  
la mayor parte de nuestros valores"*

*Alejandro Jodorowsky*

No existe apoyo y amor más grande que el brindado por tu familia. Una frase muy cierta que acrecienta su valor cuando la vida te enfrenta a realidades donde puedes ver esos sentimientos y darte cuenta de que siempre han estado y seguirán ahí, para ti.

Esta investigación es un trabajo muy modesto para ser dedicado a alguien en especial. Sin embargo, es el pretexto perfecto para expresar mi gratitud a las personas que han compartido conmigo un poco de su vida.

Un amor sin precedentes combinado con el ejemplo de la responsabilidad, de la honestidad y el fiel propósito de luchar hasta alcanzar tus metas, son los términos con los que defino a **MIS PADRES**. Dos personas que nunca dejaron de confiar en mí, que me apoyan más allá de lo posible, a quienes más que la vida les debo lo que soy y les agradezco el estar a mi lado.

A **ÓSCAR, LETY y MARTHA**, la otra columna donde se apoya mi vida, quiero decirles que han sido excelentes seres humanos, que a través de sus consejos, su afecto y su compañía aportan nuevas y mejores cosas a mi existencia. Gracias por la felicidad, el llanto, acuerdos y desatinos que nos unen y que sin ustedes no hubieran sido igual.

A ese ser tan pequeñito que crece cada día, que no conozco, pero que espero su llegada con una ilusión inmensa. Ojalá las horas corran rápido para poder verte pronto. Para mi **SOBRINITO(A)**, no para

que tome esto como un ejemplo, sino para que lo supere por mucho. Tengo la fortuna de contar con gente que sobrepasó los lazos familiares y de amistad convirtiéndose en parte fundamental de mi vida con amor, confianza, ánimo y el apoyo incondicional en todo momento. Me refiero a **MIS TÍOS** y a **MARIANA**, quienes bajo ninguna circunstancia me han abandonado. Les agradezco el tiempo que me han dedicado y por alentarme siempre.

El mejor complemento que puede tener mi vida son **MIS AMIGOS**, mención especial para **Betzabed, Mayra y Norma**. Aquellos que con una palabra me alegran, comparten momentos de diversión, me ofrecen su cariño, su inteligencia, su energía y hasta su locura; muchas gracias a esas personas que ocupan un lugar muy especial en mi mente y en mi corazón.

A **DIOS** por darme la oportunidad de conocerlos y por otorgarme la fuerza para lograr una de mis metas.

**Verónica García Bustamante**

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

*"Una casa será fuerte e indestructible  
cuando esté sostenida por estas cuatro columnas:  
padre valiente, madre prudente,  
hijo obediente, hermano complaciente."*

*Confucio*

Es imposible expresar en unas cuantas líneas mi agradecimiento, sin embargo, me atrevo a decirles: GRACIAS A TODOS.

**A mis padres** quienes han dedicado gran parte de su vida a hacerme crecer como ser humano y a la vez cada día esforzándose por hacerme feliz; a ellos les debo mi existir y vivir... simplemente lo que soy.

**A Gloria, Norma, Claudia, Gustavo y a toda la chamacada**, los primeros siempre presentes en mi vida de triunfos y desilusiones, testigos de una vida que corre desenfadada, pero que se refugia en sus consejos. Los segundos, la parte más importante de la familia en quienes tengo puestas las esperanzas de que este trabajo sea un ejemplo de superación y aún más...

Tal vez hayan faltado nombres, para ellos mi profundo agradecimiento por haberme enseñado algo, enriquecido mi vida y dejado en mí la huella de su presencia.

¡Mis logros siempre serán suyos!

**Susana Cerezo Sansores**

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

*"En el principio existía la palabra y la palabra era Dios.  
Ella estaba en el principio con Dios.  
Todo se hizo por ella y sin ella no se hizo nada de cuanto  
existe. La palabra era la luz verdadera que ilumina a  
todo hombre que viene a este mundo"*  
**Evangelio de San Juan, Santa Biblia.**

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

# INDICE

	Págs.		Págs.
Portadilla	1	CAPÍTULO 3 Un oasis en el desierto: la propuesta de Beatriz Escalante	25
Agradecimientos	2	3.1. La protectora de las palabras	25
Epígrafe	5	3.2. Vigilantes anónimos	28
INTRODUCCIÓN	7	CAPÍTULO 4 Horror: La publicidad como escaparate de errores ortográficos y sintácticos	31
CAPÍTULO 1 La maestra de tercero: el origen de los traspies en la ortografía	9	4.1. De la ce a la zeta	31
1.1. El triunfo de la SEP	10	4.2. El tilde: brilla por su ausencia	35
1.2. El "profe" no se equivoca	12	4.3. Erre con erre cigarro	40
CAPÍTULO 2 El fin no justifica los medios: confección de los errores ortográficos y su legitimidad	18	4.4. Miscelánea	41
2.1. ¿Error o estética?	19	4.5. Made in México	45
2.2. Sin remordimiento	21	4.6. Al revés pero volteado	48
2.3. Y... ¿La integridad intelectual?	23	CONCLUSIONES	53
		FUENTES DE CONSULTA	55
		ANEXO	58

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

## Publicidad contaminante.

Un estudio de los errores ortográficos y sintácticos en los anuncios difundidos en la ciudad de México

REPOBLICANA

# INTRODUCCION

Cada día es más común que de camino hacia el trabajo o la escuela recibamos un volante promocional, leamos los anuncios en los vagones del metro y nos encontremos con seductores caracteres que buscan satisfacer la necesidad de algún producto o servicio.

Sin embargo, la majestuosidad que envuelve al Distrito Federal, ha incitado a que las cuestiones importantes se conviertan en una trivialidad, el posar nuestra mirada en los parabuses, espectaculares y paredes de la gran urbe es tan natural como los tropezones sintácticos y ortográficos que pasan inadvertidos y denigran el idioma generando **publicidad contaminante**.

Nuestro primer acercamiento a la **publicidad contaminante** surgió al conocer el programa *Gramática inviolable*, en Radio Educación, por una tarea escolar. El formato de la emisión nos pareció muy atractivo y despertó en nosotras el interés por formar parte del equipo de realización, que en ese momento estaba compuesto por Beatriz Escalante, José González Márquez, el musicalizador, el productor y su asistente, estos últimos se turnaban la labor de recibir las llamadas.

Fue entonces que decidimos presentarnos y ofrecernos como voluntarias, designándonos la tarea de tomar las llamadas del público. Esto nos permitió tener contacto directo con las denuncias de **publicidad contaminante**. Al tiempo que nuestra relación con Beatriz Escalante crecía hasta convertirnos en sus asistentes en el curso *El uso profesional de la palabra* que impartía en Canal 11.

Compartir gustos y experiencias dentro de un círculo social en común, el sentir pasión por el periodismo y la preocupación, que en

ambas existe, por defender el terreno de un correcto uso del lenguaje, constituyen los aspectos principales para concordar y concluir que juntas lograremos en un reportaje evidenciar a la **publicidad contaminante**.

La publicidad, al igual que otros medios de comunicación, se ha integrado al diario acontecer ciudadano, por tratarse de una forma de expresión efectiva y poderosa. Ante ese impacto nos percatamos, a través de una encuesta, que para la mayoría de la gente los errores ortográficos en la publicidad son detalles menores que no tienen mayor trascendencia, a pesar de que aceptan que influyen en la mala ortografía y demuestran el bajo nivel cultural que tenemos los mexicanos.

Así surge este trabajo con la hipótesis de que los errores ortográficos y sintácticos empleados en los anuncios publicitarios son un refuerzo para el mal uso del lenguaje escrito. El propósito principal que nos guió fue:

- Evidenciar, a través de un reportaje de investigación, la **publicidad contaminante** donde abundan los errores ortográficos y sintácticos de los anuncios publicitarios que se difunden en la ciudad de México.

Siempre con la inquietud de reivindicar al lenguaje, esta tesis se convirtió en un trabajo fácil de realizar, con bastante material bibliográfico y miles de anuncios como muestras.

No obstante, en el desarrollo del reportaje nos encontramos con que material bibliográfico no existe, mas que manuales de ortografía y redacción o diccionarios que presentan el análisis etimológico de ciertos vocablos. Pocos escritores se habían interesado en abordar las incorrecciones que se gestan en la publicidad, tal es el caso de Arturo Coen y Beatriz Escalante.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN



Nuestra preocupación por saber cómo es que los anuncios publicitarios pueden circular con tantos errores aumentó al percatarnos de que no existe ningún organismo gubernamental encargado de la revisión de los anuncios principalmente de las grandes franquicias que nos bombardean por radio, televisión y medios impresos.

Otro punto que causó polémica fue el conseguir las entrevistas con las fuentes vivas que aparecen en nuestro trabajo: especialistas del idioma, publicistas, escritores y hasta con los locatarios. Algunos aceptaban de inmediato, respondían y se mostraban agradecidos por formar parte de los denunciantes; otros se negaban con tan sólo observar la grabadora de voz y por alguna extraña razón se sentían intimidados al oír las palabras redacción y ortografía, era como enfrentarlos a un examen de conciencia.

Decidimos abordar el tema a través de un reportaje, ya que es el género mayor del periodismo. El reportaje muestra la realidad para que ésta nueva, sacuda, convenza al lector y se propicie la transformación de esa realidad, además de que en él encontramos el espacio no sólo para la información, sino también para la denuncia. Este reportaje consta de cuatro capítulos que a continuación presentamos de manera general:

*Capítulo 1. La maestra de tercero: el origen de los traspés en la ortografía.* El tercer grado de educación primaria es el primer contacto que el alumno tiene con las cuestiones gramaticales, el origen del buen o mal uso que le damos al idioma. Con el propósito de presentar la opinión sobre el nivel educativo en México, las deficiencias a combatir y la enseñanza de la ortografía y redacción en la escuela primaria, el primer capítulo da voz a especialistas en el lenguaje, profesores y alumnos.

*Capítulo 2. El fin no justifica los medios: confección de los errores ortográficos y su legitimidad.* La presencia publicitaria ha sido una constante en la historia, es un campo ligado a la creatividad y al lenguaje. Entonces, ¿qué pasa cuando la cuestión monetaria invade las reglas del lenguaje?, ¿se vale para llamar la atención del consumidor?, ¿por qué la ley no cuida la lengua y sólo se enfoca a la imagen urbana?, éstas y otras preguntas fueron planteadas a los diputados, publicistas, escritores y lingüistas.

*Capítulo 3. Un oasis en el desierto: la propuesta de Beatriz Escalante.* Combatir la publicidad contaminante es una lucha que se ha iniciado desde hace vanos años, la pionera Beatriz Escalante, quien junto con sus socios del programa radiofónico Gramática Inolvidable, expresan su sentir por lo que han logrado en su incesante disputa por defender el idioma.

*Capítulo 4. Horror: la publicidad como escaparate de errores ortográficos y sintácticos.* La publicidad contaminante en plena acción. Aquí se muestra el cuerpo del delito. La ciudad envuelta, de norte a sur, en un caos ortográfico y sintáctico. Imágenes que denuncian cuáles son las faltas que más cometen los mexicanos.

Esta investigación presenta datos suficientes para que el lector forme su propio criterio y reflexione sobre la deformación a la que hemos sometido al idioma. De la misma forma, persigue el objetivo de sembrar en cada uno el respeto por el instrumento que usamos para comunicar nuestros sentimientos.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

## La maestra de tercero: el origen de los traspies en la ortografía

*... algunas veces el aprendizaje del lenguaje parece ridículamente fácil y otras imposiblemente difícil. Y las veces fáciles transcurren fuera de la escuela, las difíciles en ella.*

**Ken Goodman**

"Don Pinpirulando les está enseñando, los perritos quieren aprender paran las orejas, menean el rabo y se aplican mucho a leer. 'Si pongo una m, después una a y luego las repito dirá mamá. Si pongo una p, después una a y luego las repito dirá papá', se rieron los perritos de tal facilidad y todos ellos deletrearon guau, guau, guau, guau".<sup>(1)</sup>

Así es como Francisco Gabilondo Soler (Cri-Cri) describía en 1963 las clases de Español en las escuelas. Han pasado 40 años y las estrategias de enseñanza continúan siendo las mismas, parece que la memorización es el único método para que el niño aprenda ortografía desvirtuando por completo el sentido que tiene el lenguaje. La doctora Rebeca Barriga Villanueva, especialista en desarrollo del lenguaje en los años escolares comentó en entrevista que es necesario "hablar con el niño y decirle que hay una parte de la lengua que se escribe con base en normas. Hacerlo reflexivo siempre y no que aprenda de memoria porque la ortografía se adquiere practicando, escribiendo, viviendo y entendiendo".

El lenguaje, como nos dice A. S. Diamond<sup>(2)</sup> en su obra *Historia y orígenes del lenguaje*, es mucho más que la "vibración de una columna de aire que pasa por la laringe, la boca y la nariz para entrar en contacto con la garganta, el paladar, la lengua, las mejillas, los dientes y los labios". Es un don entregado al hombre para comunicarse con otros individuos por medio de esos sonidos que constituyen la materia prima del lenguaje "definirlo es muy complejo, ya que se puede hacer desde muchos puntos de vista, por ejemplo, decir que es un sistema de comunicación o una capacidad específica del hombre que lo hace ser especie humana", explicó la doctora Barriga, también investigadora del Centro de Estudios Lingüísticos y Literarios del Colegio de México.

Sobre su origen existen versiones divergentes que hacen de esto un debate históricamente inconcluso. Se considera que el lenguaje se da con la edad eoglótica, aquella donde los hombres ancestrales comenzaron produciendo gritos instintivos para después usarlos con intención comunicativa. Referente a ello Mario A. Pei en su libro *La maravillosa historia del lenguaje* cita a Darwin, quien afirmaba que "originariamente el lenguaje era tan sólo una mímica bucal, por medio de la cual los órganos vocales intentaban inconscientemente reproducir los gestos de las manos".<sup>(3)</sup>

El lenguaje para su estudio se ha dividido en hablado y escrito, el primero permite más libertad de acción predominando el sentido sobre la razón. "La lengua hablada se adquiere primero porque en condiciones normales una mamá no se comunica con su hijo por escrito, sino desarrolla una comunicación oral. Estas dos vertientes son importantes, pero vivimos en una sociedad agobiada por la lengua escrita la cual no sólo se aprende en la escuela", aseveró la lingüista Rebeca Barriga. El lenguaje gráfico es más cuidadoso que el hablado

(1) Las 100 ditas de Cri-Cri, Escuela de perritos, Francisco Gabilondo Soler (Cri-Cri), México D.F. BMG, Vol. 2, cassette 2

(2) Diamond, A.S., Historia y orígenes del lenguaje, pág. 11

\* Palabra derivada del término emblema (piedra del amanecer) que fueron los primeros artefactos que utilizó el hombre para cubrir sus necesidades. Cf. Swadesh, Mauricio, El lenguaje y la vida humana Fondo de Cultura Económica, México, 1973, pág. 15

(3) Pei, Mario A., La maravillosa historia del lenguaje, pág. 11

porque se reflexiona antes de escribir, donde resulta un procedimiento insuperable para la elaboración de las ideas, el que escribe elige las palabras que correspondan mejor a lo que desea expresar, pero el lenguaje en ocasiones no puede exteriorizar todo el pensamiento, ni los idiomas más evolucionados lo consiguen.

Por eso, dar al niño la posesión del lenguaje en sus diferentes formas es entregarle la llave de un mundo maravilloso, ya que por medio de él conocerá el pasado y el presente; pero habrá que exigirle originalidad en su trabajo. La compleja tarea lingüística nos habla de la lengua entendida más allá de un instrumento para manifestar las actividades internas de la mente, es el inicio y refuerzo del comportamiento humano en sociedad.

El lenguaje es un lazo que hace posible el intercambio entre los seres humanos, es por tanto, un patrimonio de la sociedad llevando de unos a otros los sentimientos y pensamientos para anudar realidades a lo largo del territorio nacional, la investigadora Barriga señaló que: "aunque una idea pueda iniciar su gestación antes de expresarse por medio del lenguaje, hay que destacar que sin él sería imposible conservarla, desarrollarla y mucho menos transmitirla a quienes nos rodean". Expresamos no tienen más esencia que la que da el pensamiento y como las palabras son símbolos de las ideas entonces el contenido de éstos depende de la experiencia personal para manejar el vocabulario.

Para que el lenguaje tenga valor ideológico\* y no se convierta en un verbalismo\*\* vacío sin espíritu carente del interés, es necesario que sus sonidos y signos del alfabeto cobren vida intelectual, por ejemplo, la palabra Morelos evocará en la mente de quien lea o escuche

\* Significado que un grupo social otorga a un término o una palabra de acuerdo con su situación geográfica y costumbres

\*\* Forma de razonamiento que otorga mayor atención a las palabras que a los conceptos

la brillante epopeya de la vida de un mártir de la libertad de México. Si las imágenes e ideas correspondientes existen en el espíritu de quien lea y escuche, en caso contrario, esa palabra no rememorará nada y será una voz sin sentido. Por eso establecer las relaciones entre la forma y el sentido del lenguaje es el principal inconveniente de su enseñanza y la resolución de este problema es finalidad práctica.

## I.I. El triunfo de la SEP

El niño toma siempre al adulto y al profesor como modelos para desarrollar su capacidad, pues aprende imitando. Por ello, el educador debe tener una dicción y pronunciación clara y mucho cuidado en sus guías orales y gráficas solamente así ayudará al niño para que supere su lenguaje.

La enseñanza del lenguaje debe hacerse en todo momento. La instrucción del idioma español comprende dos problemas: primero, en la comprensión y perfeccionamiento de lo poseído; segundo, en el desarrollo y establecimiento de la lengua en todos los aspectos como son: la escritura, lectura y pronunciación "el aprendizaje y la experiencia deben llevarse juntos, no pueden enseñarse por un lado las reglas ortográficas y por otro la práctica", afirmó Sara Irma Juárez, profesora en la Universidad Pedagógica Nacional. El lenguaje verbal desde el punto de vista psicológico en los individuos alfabetizados implica dos categorías de funciones mentales: la comprensión de la palabra oral y escrita, así como la expresión en ambos sentidos del propio pensamiento.

El lenguaje es una herramienta indispensable para la enseñanza, ya que constituye la manifestación de los conocimientos transmitidos o admitidos. La también investigadora de la Universidad Pedagógica explicó que: "la lectura y los trabajos de redacción son fundamentales en el estudio de la lengua porque es así como el alumno aprende a expresar una frase oralmente y por escrito"



En el plan de estudios en la asignatura de Español para educación primaria propuesto por la Secretaría de Educación Pública se contemplan la práctica frecuente de la recta expresión oral y escrita, así como la lectura habitual por parte de los alumnos, ya que estos dos puntos son los ejes principales para enriquecer el lenguaje y dominarlo. "En el plan de estudios para la asignatura de Español lo principal es que el niño trabaje con la lengua. En ese sentido, los programas están a la vanguardia pero no se puede hablar aisladamente de los libros de texto si no vemos cómo se aplican en el aula y cómo interactúan el maestro con el niño", enfatizó Rebeca Barrga.

Sin embargo, es visible que no basta contar con un programa escolar a seguir cuando los profesores, los alumnos y el sistema en general están fallando: "con la materia de Español se dan las herramientas necesarias para llegar a un mejor nivel de estudios, pero la asignatura tiene muchas deficiencias. Tenemos el mal hábito de echarle la culpa al de atrás, el de quinto grado al de cuarto, el de cuarto al de tercero y así nos vamos hasta el kinder. Lo que tenemos que hacer es enfrentar la problemática", comentó José de Jesús Márquez, profesor de la primaria Ocampo Nabor Bolaños desde hace 31 años.

El ejemplo más claro de esta deficiencia en materia de educación son los datos arrojados por el Primer Estudio Internacional Comparativo que la UNESCO promovió en 13 países para estudiantes de tercero y cuarto grado de primaria, donde México obtuvo el sexto lugar en lenguaje considerando como bajo el nivel en comprensión de lectura y la identificación de vocabulario. Las conclusiones de este estudio sugieren que México preste más atención en dicho rubro, pues el bajo desempeño implica no sólo a los alumnos, sino a los maestros, la calidad

de los planes de estudio y libros de texto, así como las características escolares y familiares en que se desarrollan los estudiantes.

A raíz de estos resultados se desató la polémica por descubrir qué elemento funciona incorrectamente para que México se encuentre por debajo de la media de los países participantes en materia de educación, lo que sugiere revisar los planes de la SEP y cuestionar la deficiente formación de los profesores, pero lo cierto es que a partir de este año nacen posibles soluciones.

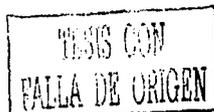
Los legisladores proponen aumentar la partida presupuestal para este sector con el fin de impulsar la capacitación para los docentes. Según declaraciones hechas al periódico *Reforma*, el senador panista Marco Antonio Adame, secretario de la Comisión de Educación en la Cámara Alta, advirtió que: "se requiere por lo menos de 14 millones de pesos, si no de otra forma se estaría comprometiendo seriamente el desarrollo y logro de las metas educativas".<sup>(4)</sup>

Por otro lado, en entrevista para el diario *El Universal*, el subsecretario de Enseñanza Básica, Lorenzo Gómez Morín, propone el cambio en contenidos, materiales y métodos: "hay que considerar que nuestras poblaciones no son únicas, no son homogéneas ni en contenido, ni en materiales, ni en cultura. El sistema (de enseñanza) necesita flexibilizarse, adecuarse para construir verdaderas comunidades educativas corresponsables con la instrucción de la niñez mexicana".<sup>(5)</sup> indicó.

En contraste, Eduardo del Valle Conde, director del Comité Metropolitano de la Unión Nacional de Padres de Familia (UNPF), declaró en entrevista que: "más presupuesto no significa mejor educación, no implica mayor calidad ni es indicador de nada. Es preciso modificar

(4) "Plantean más recursos para sector educativo". *Reforma*, pág. 6A

(5) "Coinciden en que es de todos la responsabilidad de educar". *El Universal*, pág. 9A



el modelo educativo y la conciencia de los maestros, ya que son parte fundamental del proceso enseñanza aprendizaje”.

Mientras tanto, el secretario de Educación Pública, Reyes Tamez Guerra consideró, en distintos medios impresos y electrónicos, necesario incluir un año de educación preescolar obligatoria, seguir ampliando el proyecto de escuelas de jornada completa para que los alumnos tengan más horas de clases por día, promover tecnologías educativas, particularmente la instalación de equipos de cómputo en planteles y redes digitales para programas de actualización magisterial. Además, de poner en marcha la creación del Instituto Nacional de Evaluación.

Otros implicados opinan que lo conveniente sería gravar con el cinco por ciento la educación, como la profesora Antonieta Ramírez quien tiene más de 20 años de experiencia en el magisterio: “gravar la educación y los libros, no soluciona el problema pero sí despierta el interés de la gente por realizar lo que más trabajo le cuesta. Un ejemplo muy claro de esta psicología es Carlos Abascal, secretario del Trabajo, a quien debemos que haya más gente que conoce *Aura* de Carlos Fuentes. Es una buena estrategia”, afirmó.

Al referirse al plan de actividades escolares para la educación y adquisición del lenguaje se habla de que toda actividad educadora debe traducirse espiritualmente en ideas representadas para el enriquecimiento del idioma, por eso: “*tantas ideas adquiridas tantas palabras expresadas*”.

## 1.2. El “profe” no se equivoca

Hace algunas décadas Abel Quezada, reconocido caricaturista político y cultural de nuestro país, decía una frase que podemos aplicar aún en la actualidad: “hablar mal de México se ha vuelto una especie de hobby para muchos mexicanos. Yo insisto en hacerlo con la vana esperanza de que un día todos se pongan de acuerdo y digan: hombre, después de todo podríamos componernos con muy poco esfuerzo, ¿por qué no lo hacemos?”<sup>(6)</sup>

Habría que pensar si los comentarios negativos relacionados con la situación que viven los mexicanos son producto del entretenimiento o de que las personas se han vuelto realistas y críticas. De ninguna manera hay que llegar a los extremos, pero al parecer en el sector educativo se requiere mucho más que un mínimo esfuerzo para lograr que los niños se enamoren de la lectura y escritura. En una encuesta realizada en diferentes primarias del Distrito Federal, se les preguntó a 50 niños (25 hombres y 25 mujeres) que cursaban el tercero y cuarto grado acerca de su materia preferida. Se encontró que al 70 por ciento les agradaban más las matemáticas que el español, debido a que muchos de ellos encontraban enredoso aprender el idioma con reglas para escribir y les es más fácil llegar a un resultado por medio de operaciones.

**¿Qué materia te gusta más Español o Matemáticas?**

Matemáticas  
70%



(6)Quezada, Abel. El Mexicano, prólogo de Alfonso Morales, pág. 15

En México, el idioma castellano se ha vuelto completamente fonético, es decir, cada una de las letras con que se escribe poseen un sonido propio. Los mexicanos no estamos acostumbrados a pronunciar las palabras con propiedad. Sara Irma Juárez, maestra en innovación pedagógica en la Universidad Pedagógica Nacional (UPN), señaló que: "se tiende a escribir como se habla, para hacer la escritura más novegosa. Pocos países tienen esa capacidad de representación como los mexicanos". La correcta articulación de las palabras nos indicaría las letras que las constituyen sin necesidad de estudiar las normas ortográficas; pero en nuestro país el idioma castellano se habla con plena libertad de pronunciación, lo cual es justo pagar con el aprendizaje de la gramática "si el niño oye ese, ce o zeta escucha lo mismo, igual que al oír silla, cielo y zapato. Si lo ve escrito reflexiona y aprende", advirtió la doctora Barriga especialista en el desarrollo del lenguaje.

Desde hace varios años, el método para la enseñanza de la ortografía ha sido por medio de reglas aún cuando los resultados no han sido satisfactorios: "el maestro tiene que insistir con una enseñanza práctica y reforzarla, por supuesto, con teoría pero sobre todo la práctica para que no haya esos errores y al mismo tiempo intensificar esas formas de la cultura del libro", declaró Sara Irma Juárez.

La instrucción de la correcta escritura hasta hace unos años se basaba en la memorización, una técnica popular y de fácil manejo, lo que nos hace pensar que fue la razón principal para que los profesores adoptaran dicho método y otros lo rechazaran. Actualmente el 90 por ciento de los profesores recurren al uso de lecturas complementarias como base de la enseñanza en la asignatura de Español, según datos

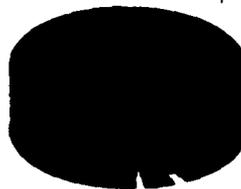
\* Término derivado de la raíz gungya phone que significa sonido. Por lo tanto la fonetría se encarga del estudio de los sonidos del lenguaje. Por Mario A., op. cit. pag 68

arrojados por la encuesta aplicada en el Distrito Federal a cuarenta docentes que imparten el tercer grado de primaria.

### ¿Qué métodos utiliza con mayor frecuencia en la enseñanza de la materia de Español?

Dictado, planas  
y memorización 10%

Lecturas  
complementarias 90%



Probablemente los educadores pensarían que almacenando las ideas en la mente se pondrían en práctica al momento de escribir, cuando la ortografía en realidad se compone de hábitos enlazados automáticamente sin razonamiento "debe darse la misma importancia a la memoria visual y a la memoria conceptual. Cuando hablamos de esta última se entiende como la memoria de significados que reforzará al recuerdo visual, ya que se liga directamente a la representación", dijo en entrevista Gabriela Noyola Muñoz jefa de carrera en Pedagogía en la UPN.

La dificultad en el manejo de la ortografía ha provocado que los maestros sugieran reformar a fondo el idioma castellano a fin de evitar reglas que no arrojan ningún resultado. El maestro Carlos Arturo Velasco Abarca, quien por más de veinte años se encontró al frente de la escuela primaria Diego Rivera, de la delegación Gustavo A. Madero afirmó: "algunos compañeros (profesores) piensan que la ortografía no

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

sive de nada, cuando una letra puede cambiar el sentido de una palabra o la frase de un texto. A los alumnos les da lo mismo escribir con una letra o con otra hasta que se convencen de que un carácter puede cambiar el entendimiento y no lograr la comunicación con eficacia”.

La pelea incansable por la defensa del idioma se refleja entre el bando de los profesores que nos insisten al argumentar que es necesario un vasto vocabulario para expresarnos bien; por el equipo contrario, tenemos a los compañeros, habitantes de nuestra comunidad y la publicidad contaminante\* que limitan el desarrollo de la correcta expresión.

Un punto importante a resaltar es que el vocabulario escrito de los niños es más reducido que el de las personas adultas, por lo que el obstáculo al que se enfrentan los maestros es mínimo y se podrá erradicar si se mejoran los procedimientos que se usan en la escuela primaria para el aprendizaje de la ortografía. El 70 por ciento de los maestros encuestados coinciden en que los planes de estudio en la asignatura de Español presentados por la SEP son eficaces, sin embargo, piensan que hace falta reforzarlos con otras actividades que cada profesor decida.

Debemos entender que el lenguaje es un instrumento de comunicación que manifiesta la personalidad y es un componente que refleja la cultura. En este campo la escuela tiene la función de auxiliar al niño en la corrección y enriquecimiento del vocabulario hasta que lea, escriba y hable con la plena conciencia del contenido y corrección de la forma.

---

\* Conjunto de medios para divulgar o extender noticias, hechos, productos o servicios cometiendo errores en la ortografía y sintaxis del mensaje

El Plan Nacional de Educación que propone la SEP respecto a la materia de Español tiene como propósito que los niños adquieran el hábito de la lectura, reflexionen sobre el significado de las obras que consultan para que puedan valorarlas y criticarlas, además de que comiencen a formar su gusto estético por las cuestiones literarias: “desde 1993 tenemos el mismo programa de Español, el cual generalmente no se termina. Yo les enseño a mis alumnos dos palabras diarias del tema que les interese y si no entienden se recurre al diccionario hasta que comprendan el contexto para que de un párrafo puedan expresar una idea con sus propias palabras”, expresó el académico José de Jesús Márquez .

Para los profesores de educación básica es difícil dedicar tiempo suficiente a las metas de los programas escolares, ya que las clases se planean de acuerdo con éstos y no se flexibilizan las horas para fomentar la lectura. Para la mayoría de los educadores (70 por ciento), las herramientas incluidas en el plan de estudios de Español son suficientes para alcanzar los objetivos propuestos al principio del curso, aunque el 30 por ciento cree que el tiempo para aplicarlos es insuficiente.

### **¿El plan de estudios de Español y las herramientas para aplicarlo son suficientes para lograr los objetivos iniciales?**

Si, estan diseñados para servir 70%

No, falta tiempo para su aplicacion 30%



TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

En cuanto a la escritura, se pretende que el niño ejercite la redacción a partir de la elaboración y corrección de sus propios textos: "los niños sufren por la redacción, ya que no los dejamos escribir sino copiar", dijo Carlos Arturo Velasco Abarca, profesor de la materia de Español en escuelas primarias y secundarias desde hace dieciocho años. De la misma forma, es conveniente destacar que las prácticas tradicionales, como los dictados y las planas, sólo se contemplan como elementos que deben aplicarse en casos estrictamente indispensables sin llegar a ser un recurso cotidiano: "los dictados y las planas no sirven para aprender caligrafía, mucho menos redacción u ortografía, eso se forma leyendo", puntualizó el instructor Velasco Abarca.

Una nueva estrategia para cambiar los viejos métodos en el aprendizaje de la lecto-escritura es tomar en cuenta lo que piensan los niños y apoyarse en los gustos de su generación para que acepten los clásicos de la literatura como parte del acervo cultural y no por mera responsabilidad escolar. Así, se crearán lectores críticos capaces de reconocer un buen libro.

Por otra parte, la Unión Nacional de Padres de Familia (UNPF) ha solicitado a la SEP poner en práctica mecanismos de certificación educativa para evaluar la capacitación y competencia de los maestros, así como sucede con los alumnos. En entrevista Eduardo del Valle Conde, presidente en la zona metropolitana de la UNPF, puntualizó: "al ver los penosos resultados de muchos profesionistas jóvenes que se enfrentan al campo laboral podemos percibir el fracaso del sistema educativo, por esa razón hemos apostado a la creación del Instituto Nacional de Evaluación Educativa (INEE) que evalúe el nivel de instrucción de los docentes. Dicho organismo debe ser independiente de la SEP para que no sea juez y parte".

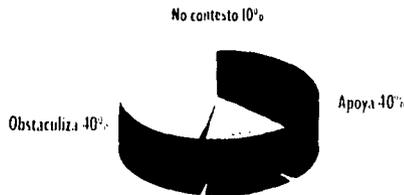
La evaluación de los profesores también comprende la aplicación de exámenes donde algunos piensan que por tener de calificación un seis están lo suficientemente capacitados. Las pruebas son un requisito para continuar en la carrera magisterial y el grado de dificultad influye para que en muchas ocasiones se presente primero el Examen Nacional de Matemáticas y posteriormente el de Español "uno de los elementos que han bloqueado la creación de este instituto son precisamente los maestros vía el Sindicato Nacional de Trabajadores de la Educación (SNTE), porque les preocupa que de ahí emanen muchas situaciones no ciertas" agregó el representante de los padres de familia.

Como ejemplo de estas anomalías, el pasado 16 de mayo del 2002 la SEP dio a conocer un informe basado en un análisis acerca de la actualización de los profesores en el Distrito Federal. En dicho documento se reconoce la ausencia de información confiable afín al tema, ante la proliferación de inconsistencias en los datos presentados por las instancias participantes. También se identificó que en el ciclo escolar 2001-2002, la Comisión Nacional de Carrera Magisterial registró 96 cursos, los cuales presentan un desequilibrio al preguntarse su origen y las deficiencias que intentan subsanar, además del sobrecupo en algunos temas y gran descuido en otros.

Aunque las opiniones dentro del magisterio se encuentran divididas respecto al papel del SNTE como un vehículo de apoyo (40 por ciento) u obstáculo (40 por ciento) en la labor docente, un grupo minoritario (20 por ciento) se abstiene de emitir alguna opinión acerca del tema, así lo revela la encuesta realizada a los docentes de tercer grado.



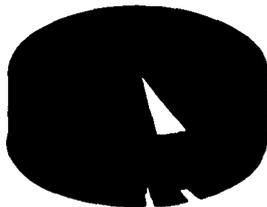
### ¿Qué métodos utiliza con mayor frecuencia en la enseñanza de la materia de Español?



Los educadores tienen la obligación de cumplir con una preparación anual sin verse comprometidos a recibir otro tipo de capacitación: "el profesor escoge el curso anual, generalmente se van por el que no precisa hacer mucho, no te desvelas y cumples con la exigencia. Son cursos que no valen para curriculum o escalafón, si te interesa aprendes", dijo el docente Enrique Ramírez, con 35 años de experiencia en educación básica. Según datos de la encuesta aplicada, el 90 por ciento de los maestros considera que el desempeño de su labor se evalúa con el curso de carrera magisterial; mientras el 10 por ciento se califica por las metas alcanzadas con sus alumnos.

### ¿Cómo se evalúa la capacidad y desempeño de un profesor?

Carrera magisterial 90% Alumnos 10%



Como recomiendan los especialistas, en México no se requiere únicamente de impulsar la enseñanza de mejor calidad, sino también integrar un procedimiento de valoración rigurosa independiente de la SEP y el sindicato de maestros. Al cuestionar a los profesores sobre la evaluación que darían en el ámbito general al desempeño de sus colegas, se encontró que la calificación promedio es de 7.5.

Por ello, el año 2002 inició sus operaciones el INEE, ya que en México no se cuenta con la cultura de la valoración. Este instituto es un organismo público descentralizado, de carácter técnico, con personalidad jurídica y patrimonio propio. Su ámbito de acción incluye preescolar, primaria, secundaria y bachillerato.

El INEE se enfoca en tres puntos principales para llevar a cabo su función: en primer término, aplica pruebas a los alumnos con el fin de comprobar su aprovechamiento escolar; la segunda fase se refiere a los indicadores educativos, es decir, el seguimiento de la tasa de escolaridad, deserciones y otras cifras que conduzcan al último punto que es valorar la calidad del sistema educativo para conocer los avances y retrocesos.

Para los optimistas este instituto es un sistema que obliga a los servicios educativos a evaluar a los alumnos y maestros, además de brindar información a los padres de familia sobre el aprovechamiento de sus hijos. Eduardo del Valle Conde, líder de la UNPF comentó: "para nosotros los padres de familia qué importante sería conocer el nivel de la escuela X o Y para poder elegir. Con ello fomentar una sana competencia entre colegios". Contrario a lo que se podría creer, el 80 por ciento de los profesores encuestados desconocen los lineamientos para la creación de este instituto, así como la función que desarrolla.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

## ¿Qué opina de la creación del Instituto Nacional de Evaluación?

Está de acuerdo 10%

Falta información sobre el INEE 10%

Desconoce lo que es el INEE y su función 80%



Algunos otros consideran que instituir un organismo de evaluación no elevará el nivel educativo "creo que tienen que haber formas de evaluación pero ese organismo se presta para intereses de grupos, autocomplacencia. Se puede incurrir en ocultaciones, por lo que es preciso tener una combinación de evaluación interna y externa realizada esta última por gente que sepa y sea independiente a la institución. Hacer una comisión así como viene programada es sólo hacer dinero", afirmó la académica de la UPN Sara Irma Juárez.

Es indispensable discutir las reformas educativas que se requieren en cuanto a los esquemas de evaluación y no continuar con la búsqueda de culpables sin resolver a fondo el problema: "nosotros no queremos el INEE para hacer una cacería de brujas y decir: malditos, cochinos, perversos. No se trata de echarle la culpa a nadie", concluyó el vocero de los padres de familia.

No es trascendente contar con grandes evaluaciones donde los resultados se oculten a la sociedad porque no es válido adueñarse de información pública, se necesitan exámenes que permitan plantear acciones para elevar el nivel educativo del país, una prueba que no busca la mejoría está desligada de los intereses de la sociedad, pierde su valor social quedando como un estudio aislado que no permite avanzar en cuestiones de calidad.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN



## El fin no justifica los medios: confección de los errores ortográficos y su legitimidad

*"El buen lenguaje es el mejor envase de un producto y el prestigio se compara al precio del lenguaje correcto".*  
Eulalio Ferrer

"En la plaza vacía nada vendía el vendedor y aunque nadie compraba no se apagaba nunca su voz, 'voy a poner un mercado entre tantos mercaderes para vender esperanzas y comprar amaneceres'".<sup>(1)</sup> Éste es el retrato que José María Lizar y Juan Carlos Calderón hicieron de los pregoneros, en su melodía interpretada por el grupo Mocedades en la década de los setenta.

La presencia publicitaria ha sido una constante en la historia de la humanidad, los heraldos con coplas anunciaban las noticias y ofrecían sus productos por los pueblos a los que llegaban. En México, las costumbres comerciales y de comunicación cambiaron radicalmente con la llegada de la imprenta. La primera hoja volante se imprime en el año de 1541, la cual hacía referencia a un terremoto acontecido en Guatemala. Entre 1864 y 1865 se marca el inicio de la publicidad en el país, siendo ésta cada vez más importante con la llegada de la televisión, la radio, las revistas y los diarios.

Ya para las décadas de los cuarenta y cincuenta, calles y avenidas centrales recuerdan la imagen de algunos edificios que se han manifestado como soporte sólido de anuncios como: productos *Kodak*, tienda *Sanborns*, droguería y perfumería *Grisi*, sombrerería *Tardan*, chocolatería

(1) Mocedades, El vendedor, José María Lizar y Juan Carlos Calderón. Madrid. Polygram

*La Azteca*, llantas *Goodyear*, etcétera. Todos ellos ostentosos, identificados como panorámicos y hasta armónicos por lo moderado y aislado de su presencia.



TESIS CON  
ORIGEN



Sin embargo, este recuerdo sólo está fijo en las mentes de antaño. Ahora, el paisaje urbano se ha convertido en una gran marquesina publicitaria que se impone en su espacialidad e imagen como hiedra que cubre el exterior de los muros de la arquitectura de la ciudad.

## 2.1. ¿Error o estética?

La publicidad sirve para acercar un producto a los consumidores. Las campañas de mercadotecnia llegan a ser tan exitosas que convierten una mercancía desconocida en un producto indispensable para el público receptor. La publicidad es empleada por la gente como parte de la vida cotidiana, se le puede considerar como un testigo fiel de la época, ya que es capaz de reflejar el comportamiento de la colectividad y su realidad. Raúl Beltrán Cruces en su libro *Publicidad en medios impresos* menciona que "el objetivo principal de la publicidad es el de hacer llegar el mensaje correcto al público indicado en el momento preciso, presentar un beneficio o resolver un problema del consumidor".<sup>(2)</sup>

Si bien es cierto que los anuncios exteriores y en tránsito constituyen uno de los canales más efectivos para difundir información, no se puede negar que los medios dirigidos a las grandes masas, como los carteles, anuncios en los autobuses y parabuses, los boletines pintados y los anuncios de escaparates no hacen distinción alguna, es decir, ante ellos la voluntad del individuo no vale nada, convirtiendo al espectador en un objeto cuya libertad para controlar y participar del mensaje es nula.

"Actualmente sufrimos la invasión del paisaje urbano con anuncios publicitarios que producen cambios en la salud emocional y fisiológica, que gracias a la saturación de estímulos llegan a causar leves alteraciones en el ritmo cardíaco, la presión arterial, la secreción hormonal y el humor", comentó Javier Urbina, catedrático e investigador ambiental de la Facultad de Psicología de la UNAM.

Al respecto, debemos observar que en el mensaje de la televisión, la radio o el cine, el destinatario está en libertad de intervenir de alguna manera, desconectando o simplemente cambiando de canal, pero en la publicidad exterior el espectador es cada vez más inconsciente, un sujeto ligado a lo que acontezca en la vía pública y que para el anunciante comercial, esto es la maravillosa y productiva cualidad del espacio urbano.

En entrevista, Norma Galván, directora de la Agencia de publicidad *Publicorp* explicó: "como publicista debes ser preciso, llamar la atención y convencer; cumplir con el objetivo de venta propuesto por los grandes anunciantes, además, de satisfacer las necesidades del consumidor".

La publicidad es el oficio del lenguaje, el reino de las palabras que integran frases con el fin de cubrir los deseos del consumidor, "si hay algo que resume todo en la vida, desde que está comienza, es el lenguaje, que nos constituye y expresa. Es la llave de la existencia humana, órgano de la verdad y la razón (...). Es el medio que utilizamos para ordenar la sucesión de las palabras", según explica Eulalo Ferrer en su libro *Cartas a una joven publicista*.<sup>(3)</sup>

La elaboración de anuncios está identificado como un oficio de la palabra, mismo que obliga a saber con propiedad expresiva, el grado de conocimiento o intuición del público receptor. Desde el texto hasta el contexto, la palabra publicitaria es siempre una palabra viva.

Juan Pablo Laponte, director de Mercadotecnia de la Agencia de publicidad Grupo Rayuela, precisó: "un elemento preponderante en la publicidad es el lenguaje, dependiendo de éste todo va definido

(2) Beltrán Cruces, Raúl. *Publicidad en medios impresos*, pág. 29  
(3) Ferrer, Rodríguez Eulalo, *Cartas a una joven publicista*, pág. 39



con relación al producto: ¿qué es lo que vamos a comunicar?, ¿cómo lo vamos a hacer?, ¿de qué producto estamos hablando? No podemos expresar lo mismo para un producto en específico que para otro, difiere mucho del tipo de público a quien va dirigido”.

La palabra publicitaria es creadora en la medida en que se ve obligada a buscar o adaptar términos nuevos, tanto como a encontrar significados o paradigmas que contribuyan a peculiarizar productos iguales o similares. El publicista trabaja con palabras y se impregna de sus múltiples significados. El también director de comunicación e imagen del Canal 22 señaló que: “muchas veces se hacen campañas de publicidad con un lenguaje distorsionado y la justificación es ‘de esta manera impacto más o llamo la atención’, sin embargo, existen otras formas para atraer al público y es ahí donde entra la creatividad”. Tal como lo explica Ferrer en su libro *Cartas a una joven publicista* (4) una misma palabra puede sonar o ser distinta según el idioma o el lugar en que se pronuncie, según quién y cómo la exprese.

La publicidad que deforma el lenguaje es una cuestión que en términos académicos no debería presentarse, ya que se trata de una profesión donde el manejo adecuado del idioma constituye la matena prima “las alteraciones del idioma en la publicidad se valen porque son licencias que se entienden como un juego de palabras”, declaró Sergio Zavala Hernández, coach creativo de *Tres Publicidad*.

El filósofo y científico francés Blaise Pascal, al respecto, logró precisar que las palabras diversamente ordenadas tienen “sentidos distintos y los sentidos diversamente ordenados producen diferentes efectos”. (5)

(4) *Ibidem*, pág. 32

(5) *Ibidem*, pág. 58

(6) Victoroff, David, *La publicidad y la imagen*, pág. 31

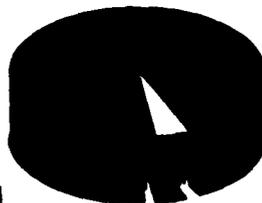
Redactar un texto no es labor para una pluma fácil o veloz, ya que es un quehacer donde la reflexión antecede a la impresión de nuestras ideas. La eficacia de un mensaje publicitario depende de dos elementos que se enlazan entre sí: la sustancia y el estilo. Los métodos que manejan los buenos autores de textos publicitarios son muy diversos; hasta ahora no ha sido posible especificar cuál de ellos es la fórmula segura para lograr el éxito. “Los tres elementos gramaticales que son fundamentales en el lenguaje publicitario son: el sustantivo, el adjetivo y el verbo. El primero se identifica con un objeto, el ser; el segundo, con una cualidad del objeto, la razón de ser; y el tercero, con la dinámica del objeto, el eje triangular del ser”, afirmó Sergio Zavala.

Como constata Barthes (6) a nivel de comunicación de masas, parece que todas las imágenes, recaban la presencia del mensaje lingüístico: como título, leyenda, artículo de prensa y diálogo de película. Juan Pablo Laponte, especialista en mercadotecnia desde hace 10 años, aseveró: “la imagen y las palabras son igual de importantes. Yo pondría en primer lugar el material escrito porque en radio escuchamos muy buenos textos, que no necesariamente vemos y es eso lo que jala al auditorio y hace recordar un producto. Lo primero en lo que se piensa es en un guión”. Todo esto nos demuestra que aunque resulta exacto hablar de una civilización de la imagen todavía es preciso hacer uso de caracteres tipográficos que reafirmen el mensaje visual.

### ¿Ha detectado faltas ortográficas en los anuncios publicitarios que circulan en la ciudad?

Sí 90%

No 10%



TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN



La deformación del lenguaje se presenta con mayor frecuencia en la vida cotidiana, el concepto de libre expresión se ha distorsionado. Contrario a lo que muchos creen, la proliferación de este tipo de errores en la publicidad es ahora una constante. Especialistas en el campo de la lingüística como Arrigo Coen opinan que estas faltas ortográficas y sintácticas obedecen a "la poca creatividad de los señores publicistas, cada uno piensa en la manera de aprovechar un disparate, sí existen las fallas humanas, pero el mismo medio permite hacer correcciones", explicó.

Por su parte, los publicistas sostienen: "cuando hago publicidad no pienso que voy a educar, a enseñar algo, pienso que tengo que cumplir un compromiso de comunicación (sic). Las faltas de ortografía (en publicidad) no están permitidas, no por cuestión social, sino por ética profesional, de respeto al lenguaje, no por vergüenza", puntualizó Norma Galván, quien cuenta con veinte años de experiencia en el ámbito publicitario. Es evidente que muchos publicistas se esconden detrás del concepto de comunicación para justificar la confección de errores ortográficos y sintácticos, y con ello realizar su labor de venta.

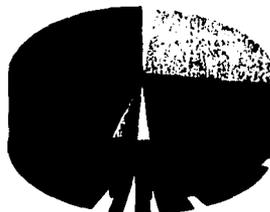
Estudiantes universitarios, profesionistas y expertos en la materia fueron los nichos poblacionales, quienes por su preparación académica, participaron en la encuesta realizada en la ciudad de México, con el fin de conocer la percepción que estos sectores tienen sobre las fallas ortográficas y sintácticas en la publicidad. Las cifras revelaron que el 90 por ciento de los individuos ha detectado faltas ortográficas en los anuncios publicitarios que circulan por las calles de la capital.

\* El total de personas encuestadas es 100. 50 hombres y 50 mujeres, de los cuales 33 eran estudiantes, 33 profesionistas y 34 expertos en la materia (comunicólogos, lingüistas y literatos)

El uso incorrecto de las letras be, uve, ce, ese, zeta, así como de las mayúsculas son los errores que fueron mencionados en repetidas ocasiones.

### ¿Cuáles son los errores ortográficos más comunes que ha detectado en la publicidad?

Mal uso de las letras c, s y z 25%	Uso incorrecto de las mayúsculas 15%	Mal uso y ausencia de acentos 30%
Otros (comas, puntos y redacción) 10%	Errores al usar las letras b y v 20%	



Por otro lado, en el campo de la psicología, aún es difícil determinar cuál es el impacto que las faltas ortográficas y sintácticas tienen sobre la población en general, ya que son múltiples los factores participantes en el proceso del aprendizaje del idioma. La elaboración de una frase es producto de una secuencia de asociaciones individuales palabra por palabra. Cada término de la oración sirve de estímulo para la producción de la siguiente palabra de la idea. "La adquisición de la lengua tiene una estrecha correlación con el proceso de percepción, en la que intervienen los estímulos (ambiente), elementos que propicien que la atención aumente para que el aprendizaje sea completo", dijo José Antonio González, psicólogo clínico, especialista en el proceso de aprendizaje.

Entre otros datos, se encontró que el 83 por ciento de los encuestados considera que las faltas ortográficas en la publicidad son un factor de confusión en el aprendizaje del idioma.

**¿Considera que estos errores influyen para que tengamos mala ortografía?**

No 17%



Las alteraciones en la práctica del idioma afectan a los receptores en el ámbito cognoscitivo, así lo confirmó el corrector idiomático de la Asamblea Legislativa del Distrito Federal Arriago Coen: "la lengua tiene su propia dinámica y la repetición da la idea de que está bien. Hay una filtración, primero al lenguaje coloquial y luego al literario, se pasa a la expresión lingüística y luego se fija como estereotipo". A su vez, los publicistas argumentan que "el manejo adecuado del idioma debe ser una regla irrompible, a menos que se trate de una estrategia, el consumidor entiende cuando se hace este juego de palabras y sabe diferenciar entre una falta ortográfica y un truco publicitario", aseveró Jaime Barrios, creativo de Publicorp.

- 
- \* Art. 55. - No se requiere licencia, permiso, ni aviso en los casos siguientes:
- I. Cuando los anuncios se encuentren en el interior de un edificio o local comercial, aun cuando se observen desde la vía pública.
  - II. Cuando se trate de anuncios en volantes, folletos o publicidad impresa distribuida en forma directa.
  - III. Cuando se trate de anuncios que contengan mensajes de carácter religioso y que sean colocados en las propias fachadas de la establecimientos destinados al culto, a excepción de los de azotea o autoportados.
  - IV. Cuando se trate de anuncios que contengan mensajes de carácter cívico, social, cultural, ambiental, artesanal, legal o de folklor nacional, no contengan marca comercial alguna y la actividad o evento que promocionen no persiga fines de lucro, siempre y cuando sean promovidos por alguna autoridad, asociación u organización de asistencia social.

Reconocer que el nivel educativo en México es deplorable, no es alegato suficiente para que continuemos edificando ese muro interminable de traspiés ortográficos y sintácticos, los cuales intoxican a las personas que no cuentan con la suficiente preparación académica y los encuentran a su paso.

### **2.3. Y... ¿La integridad intelectual?**

Los diferentes gobiernos a través del tiempo se han preocupado por resguardar la integridad y dignidad de los ciudadanos con respecto a la publicidad, entre esos ejemplos está la Ley General de Salud y el Reglamento de Anuncios Exteriores, mismos que sancionan en este sentido a las empresas dedicadas al ramo que han llegado a atentar contra los valores sociales y la imagen urbana, exponiendo la vida de los habitantes. Sin embargo, existe un vacío legal en cuanto a la defensa de la seguridad intelectual de cada persona.

La única referencia legal que entre líneas toca el tema del contenido y circulación de la publicidad se encuentra en el artículo 55\* del Reglamento de Anuncios Exteriores, que para desgracia no resulta muy favorable, pues se otorga plena libertad a todo aquel individuo que desee comercializar algún producto o servicio. Por ejemplo, los folletos comerciales que circulan en algunas colonias: "al iniciar este proyecto consultamos los trámites legales, pero nos dijeron que no podíamos hacer nada al tratarse de publicidad repartida en casa, que no había de otra más que esperar a que Hacienda nos sorprendiera porque un trámite como tal no hay, es un negocio libre", comentó Cecilia Vega, directora de la publicación Esto es, que se distribuye en la delegación Gustavo A. Madero.



23

Algunos escritores como Héctor Anaya y Óscar de la Borbolla, proponen formular una ley donde se considere sancionar las incorrecciones de manejo del idioma por parte de los profesionales dedicados a la comunicación oral y escrita. A su vez, Martha Elena Venier, coordinadora del Centro de Estudios Lingüísticos y Literarios del Colegio de México manifestó que: "la ley castiga a la publicidad si afecta la imagen urbana, pero eso no tiene que ver con la propiedad idiomática. Cualquier instancia como la Real Academia de la Lengua Española o las autoridades interesadas en la cuestión del lenguaje, deben formular un reglamento".

Sin embargo, tal como lo explica el lingüista Arrigo Coen, en 1982, último año de gobierno del presidente López Portillo, se realizó un esfuerzo por proteger el lenguaje al crear la Comisión de Defensa del Idioma Español: "yo diría que el organismo nació muerto porque nunca prosperó, ya que estaba conformado por las secretarías de Gobernación, Comunicaciones, Turismo y Educación. Siendo esta última la única institución responsable de la propiedad idiomática y la indicada para sancionar", aseveró el también escritor.

El pasado cinco de febrero de 2002 el diario *La Jornada* <sup>(9)</sup> publicó una nota informativa, la cual daba a conocer que un periódico suizo multaría a sus colaboradores por cada error ortográfico y sintáctico cometido.

En México, esta noticia desató una curiosa polémica entre los comunicadores, periodistas y escritores, mismos que se dividieron en opiniones. "Me encantaría que esta sanción se aplicara también aquí, en el caso de la publicidad, obligarlos a rehacer su trabajo. Además, de

multar económicamente a la agencia, al medio y al patrocinador". declaró el lingüista Arrigo Coen.

En oposición, Norma Galván, directora la agencia *Publicorp*, puntualizó: "la multa es un caso extremo, es autoritarismo, es mejor educar. En muchos casos es ignorancia cuando no existe una buena educación. En publicidad la crítica es válida, pero no se debe limitar la libertad de expresión".

Pese a que la SEP se ha esforzado por implementar medidas al respecto como son: la enseñanza del idioma desde jardín de niños, fomentar la lectura, establecer bibliotecas ambulantes, repartir libros, etcétera. Sin duda, queda mucho por hacer en la defensa del Español, se necesita de un mayor esfuerzo "en la Asamblea Legislativa debería crearse una comisión encargada de revisar la ortografía de cada anuncio publicitario. Incluso la propia sociedad podría armarse de autoridad moral para denunciar a los responsables de alterar la correcta escritura", aseguró el diputado local Alejandro Sánchez Camacho. Las propuestas existen, unas más viables que otras, algunas hasta utópicas como la de pensar en la posibilidad de revisar cada anuncio publicitario que circula por la ciudad, sería como creer que los mexicanos jamás volverían a cometer errores ortográficos.

¿No será que todavía tenemos autoridades que ni siquiera imaginan la magnitud de los problemas del país? Podríamos contemplar que si una iniciativa como la propuesta por el diputado Alejandro Sánchez Camacho llegara a aplicarse, México se convertiría en el país exterminador de la publicidad.

(9) "Multará diario suizo a quienes cometan faltas de ortografía". *La Jornada*, pag. 36



## Un oasis en el desierto: la propuesta de Beatriz Escalante

"Por sus frutos los conoceréis"  
**Arrigo Coen Anitúa**

"Nos cuesta mucho trabajo aprender, no nos echés a perder",<sup>(1)</sup> es la frase que cada martes Beatriz Escalante, en su programa radiofónico *Gramática inolvidable*, transmitido por Radio Educación, recuerda a los publicistas que violan las reglas del correcto uso del idioma. Parte de la contaminación del lenguaje, su mal uso, proviene del desconocimiento de sus bases gramaticales.

*Gramática* es un término acuñado por los antiguos griegos, en cuyo idioma significa literalmente "lo que se refiere a la escritura". Sin embargo, modernamente se tiende a considerar a la gramática como el estudio de la lengua más que el de la escritura, o a veces de ambas a la vez.<sup>(2)</sup>

El estudio de la gramática ayuda en mucho a la expresión clara y coherente de nuestras ideas, ya sea en su manifestación oral o en la escritura. "México sufre un problema muy fuerte en la cuestión del lenguaje y no es algo nuevo. Si nosotros entenderíamos el origen de las palabras, comprenderíamos por qué se escribe de una forma o de otra. Con esto me refiero al estudio de la etimología, es decir, conocer y comprender la historia y carga cultural que tiene cada palabra", aseguró en entrevista el escritor Héctor Anaya.

(1) Rúbrica, *Gramática inolvidable*, Beatriz Escalante

(2) Dr. Mario A., *La maravillosa historia del lenguaje*, pág. 81

Así es como la gramática se convierte, para más de uno, en el popular "tormento chino". La inmensidad y majestuosidad que encierra nuestro idioma en cada una de sus estructuras es inconcebible para la mayoría de los mexicanos, pero dentro de este universo de la lengua surge Beatriz Escalante, una mujer reconocida entre los círculos intelectuales más destacados del estudio de la lengua.

Con su propuesta interactiva en la radio, poco a poco, hace que las barreras de la ignorancia se desvanezcan ante la ola de conocimientos que cada semana entrega en tan sólo 30 minutos. Beatriz descubre los secretos más oscuros que guarda el idioma, como lo es, el mal uso del lenguaje en la publicidad.

### 1.1. La protectora de las palabras

A lo largo de su vida Beatriz Escalante ha convertido a sus amigos los libros, en sus fieles compañeros. Cuando se le observa podemos apreciar a una mujer que siempre va contrarreloj, intentando ganarle al correr de los minutos y en busca de adquirir nuevos conocimientos, mientras bromea por los traspés ortográficos y sintácticos que se encuentra en su camino. Con alegría y jovialidad, cada semana llega puntual a la cita, como ya es costumbre en Radio Educación, un encuentro que más de trabajo es un charla de amigos.

Algunos minutos antes de empezar el programa *Gramática inolvidable* Beatriz Escalante con rostro afable y figura delgada, apresura su andar por un largo pasillo alombrado que la conduce hacia la cabina. Sin detener sus pasos saluda, con una gran sonrisa plasmada en el rostro, a sus compañeros para después cenar tras de sí la puerta de madera que limita el espacio donde su vez tendrá contacto con sus radioescuchas



Sobre su escritorio, ubicado dentro de la cabina, coloca las ediciones de novelas, libros infantiles y diccionarios, que se regalarán a lo largo del programa. Sentada en su sillón de piel, bromea con su compañero conductor José González Márquez, revisa su guión y espera la indicación del productor, Óscar Trinidad, quien supervisa los detalles de música junto con el operador y musicalizador. Desde el otro lado del cristal, ella no puede desconocer el ajetreo que transcurre entre consolas, en el cual llega a participar hasta segundos antes de que se encienda la luz roja, en el interior de la cabina, que indica "al aire". Para Beatriz Escalante su mundo comienza cuando su voz se expande ante las ondas hertzianas de la radio.

Cada martes de 15:30 a 16:00 horas, existe una nueva lección de gramática y ortografía, que durante tres años continuos han marcado cada hogar de las familias que siguen la transmisión del programa *Gramática inolvidable*, "recuerdo que *Gramática* (la emisión radiofónica) nació durante la promoción de mi libro *Curso de Redacción para escritores y periodistas*, me invitaban a programas de radio, comercial y universitaria, donde tuve tanto éxito que comencé a asistir de manera regular y ahí tuve a mis primeros seguidores, la gente llamaba porque sabía que iba a estar ahí, entonces empezó a haber una petición del público de que yo tuviera mi propio programa, sin embargo, a las emisoras comerciales no les pareció interesante el proyecto porque no lo veían rentable, a pesar de que mantenía el rating alto cuando me presentaba".

Casi por casualidad su participación en la radio tomó un rumbo diferente cuando se materializa su propuesta didáctica: "estaba en un programa en vivo con Germán Figaredo en Radio Centro, ahí recibí una llamada de la Secretaría de Educación Pública proponiéndome la realización de un programa en Radio Educación para que difundiera mis conocimientos. Sin dudarlo, alegremente acepté".

Como todos los inicios para Beatriz Escalante las dificultades no fueron la excepción de su caso, pese al apoyo otorgado en ese tiempo por el secretario de Educación Miguel Limón Rojas la propuesta no tuvo las puertas abiertas al 100 por ciento, "cuando llego a Radio Educación las autoridades de ese momento no querían el proyecto porque pensaron que iba a ser aburrido y no tenía nada que ver. Realicé un programa piloto y les encantó, pero aún con eso me dieron el que llaman el peor horario, la hora de la comida".

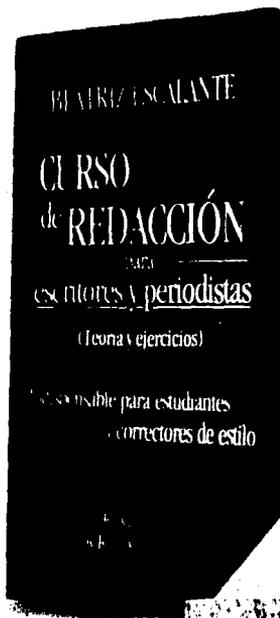
Junto con esta oferta entra en la vida de Beatriz un nuevo personaje que es parte imprescindible del equipo: "cuando empecé me mandaron con una productora muy rígida que se llama Pita Cortés, la cual no tenía ni idea de lo que era un programa en vivo, quería que escribiera un guión donde dijera qué iba a decir en cada segundo, obviamente me opuse y durante seis meses duró esta disputa, cuando a la subdirectora de producción, Tere Moya, se le ocurrió la feliz idea de ponerme a Pepe González Márquez, mi actual compañero en el programa", aseveró.

Economista por ideal y pedagoga por vocación. Beca, como la llaman sus amigos y el público, es la creadora de esta nueva propuesta radiofónica donde aprender gramática es más que una lección. "La gente odia aritmética y gramática. A los números y las letras nadie los quiere, entonces yo quise que la gramática fuera inolvidable, con frases de la publicidad o de canciones ir enseñando a hablar y sin reprimir con reglazos, sólo convenciendo que si tú hablas bien vas a mostrar que eres una persona más preparada", advirtió.



"Mi primera relación con el idioma fue creativa, a los trece años escribí mi primera obra de teatro y básicamente lo que quería era que el lenguaje oral quedara fijo, como una experiencia escrita", así es como Beatriz durante toda su vida ha mantenido un contacto directo con el idioma del cual ahora se ha vuelto su protectora.

Como escritora ha rebasado las barreras de lo tradicional, su incursión va desde obras de teatro, manuales de redacción y ortografía, novelas, cuentos y hasta diccionarios. Aunque la radio es para ella uno de los mejores medios para difundir sus conocimientos, también es conocida por los cursos de capacitación en redacción y ortografía que imparte en medios de comunicación como televisoras, radiodifusoras e incluso en la Escuela Nacional de Escritores, la SOGEM, "de hecho la decisión de escribir *El curso de redacción para escritores y periodistas* nace al conocer las dudas de mis alumnos quienes tenían fuertes lagunas en las estructuras básicas para escribir y formar una oración", explicó la escritora.



TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

Esto la reconoce como la constructora de nuevos conceptos y ejecutora del método de asociación, el cual consiste en enseñar a partir de la relación de un concepto con otro que parece no tener conexión. Por ejemplo, murciélago se escribe con ce de cueva, ya que es ahí donde habitan estos animales. Además, "cuando a la gente se le despierta la curiosidad por el idioma, responde automáticamente, si yo les doy una lista con 500 términos que se escriben con "sión", no les importa; pero si yo les digo que misión se escribe con ese y ahora tu misión será descubrir todas las palabras en las que está escondida, la gente descubre que al escribir misión bien, las demás palabras las escribe correctamente", explicó.

Hoy *Gramática inolvidable* forma parte del material extraescolar en el que profesores de educación básica hasta de universidades recurren para reforzar los conocimientos impartidos. Sin embargo, las cosas, como sucede en el país, cambian junto con cada gobierno: "durante dos años *Gramática inolvidable* estuvo financiado por la SEP, pero desgraciadamente como suele pasar en la política, hubo cambio de administración y con ello el financiamiento se terminó", afirmó Beca.

Unidos en un esfuerzo por mantener al aire el programa, Beca y el productor Óscar Trinidad buscan el apoyo de casas editoriales que donen libros a cambio de sus créditos en el programa, sin duda, una labor exhaustiva todo por complacer a los seguidores y al propio idioma.

No obstante, detrás de este trabajo lleno de monosílabos y palabras hay una mujer que vive y guarda los secretos de su interior celosamente, llena de amor que desborda por su mirada, comparte con nostalgia sus temores: "un miedo que tengo es que la vida no me alcance para escribir todo lo que quiero, tal vez por eso soy hiperactiva.

También pienso que voy a vivir muchos años porque mi familia es muy longeva, pero cuando veo que alguien fallece sé que puedo morir en cualquier minuto", mientras busca un punto para sostener la mirada, bebe un trago de agua que da nitidez a su voz "ahora tengo un miedo nuevo, una tía quien fue fundadora del banco de sangre de Mérida tiene alzheimer, pero ¿te imaginas perderte a ti mismo y estar vivo?", conduyó.

## 1.2. Vigilantes anónimos

*La pregunta del día, La pregunta de ortografía, Biografía de la palabra, Tema del día y Publicidad contaminante* son las secciones que integran el programa de *Gramática inolvidable*. El radioescucha disfruta de "una comida corrida pero gramatical, tiene entremés, sopa, el plato fuerte y una gelatina; eso es lo que hace que la gente sienta que aprendió un poquito sin necesidad de un estudio agotador", aseveró Beatriz Escalante.

"Es un espacio donde los niños y los adultos podemos aprender mucho sobre ortografía de una forma sencilla y grata. Por ello, cada semana sintonizamos nuestro radio para escuchar a Beatriz y participar en su programa", comentó Albertina Priego, ama de casa, quien ha seguido la emisión desde su inicio.

Otra de las características principales de este programa es la constante interacción que hay entre el público y Beca. Preguntas, respuestas, sugerencias y denuncias de publicidad contaminante son las partes medulares que el auditorio alimenta cada día con sus llamadas, "Gramática inolvidable contribuye a que estemos alerta de nuestros errores y corregirlos. En cuanto a *Publicidad contaminante*, es un elemento de ayuda social donde todo el público vigila el buen uso del idioma", declaró Aurelio Rodríguez, radioescucha.

Cabe destacar, que la sección *Publicidad contaminante* ha sido el espacio donde los participantes se han convertido en expertos cazadores de los errores ortográficos y sintácticos de la publicidad, ante ello la conductora dijo: "es imposible que no haya publicidad, ya que es un esquema de mercado que existe, pero que no tiene por qué dañar las formas del pensamiento. Cuando maltratan la ortografía esto nos cuesta un daño tan grave que no hay manera de reeducar a la gente".

Esta manipulación del lenguaje orilló a que México sea el único país que utiliza mal la preposición *hasta*, por culpa de aquel anuncio de 'Hasta que usé una Manchester me sentí a gusto', la preposición *hasta* que indica fin y no comienzo, para eso existe desde, ha sido mal empleada de generación en generación. Por ejemplo, 'al expresar que vamos a platicar desde las dos hasta las tres, no indica que comenzaremos a conversar desde las tres, sino hasta establece un límite en nuestra charla', sostuvo.

Dicha preposición es tan sólo un ejemplo de los múltiples términos que se han modificado en la lengua. El escritor Óscar de la Borbolla comentó: "cuando llegaban a México las traducciones, generalmente de Argentina, se immaculó un manejo erróneo de la preposición en base a que ahora es inextirpable, lo hemos leído tantas veces que al decir con base en o basado en, que son formas correctas, suenan como rebuscadas o antipáticas".

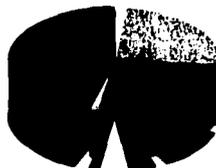
Por otro lado, los publicistas consideran que el lenguaje puede ser empleado de manera flexible como en el caso anterior sin causar ningún daño "no creo que por estos errores todo el mundo escriba mal, tal vez es al revés y gracias a esto se percatan de cómo se escribe".

dijo Norma Galván, directora de la agencia de publicidad Publicorp.

En contraste, los escritores opinan que los publicistas tienen la obligación de respetar el lenguaje, como lo manifestó Óscar de la Borbolla: "cuando los publicistas echan mano de la mutilación del lenguaje, lo que demuestran es que tienen poco talento, ponen en evidencia el nivel educativo de las personas que hacen la publicidad. No creo que hagan falta que metan la mano en la sociedad para sacar alguna ocurrencia que consiga la venta".

De la misma forma, la literata Ethel Krauze, exteriorizó su descontento ante la propagación de las erratas escritas: "los adultos que

### ¿Qué opina de que haya faltas de ortografía en la publicidad?



Según la encuesta realizada, las faltas ortográficas afectan la imagen de la empresa anunciante.

manejamos el idioma podemos darnos cuenta cuando se trata de un error, pero como maestra y como madre me preocupa también porque me percaté de que los niños y los jóvenes no distinguen las fallas y reaprenden esos tropezones. Es una falta de ética por parte de los publicistas, quienes se fijan en todo menos en la limpieza del idioma", concluyó.

## Horror: la publicidad como escaparate de errores ortográficos y sintácticos

*"Tu derecho a la publicidad termina donde comienza mi derecho a la educación"...*

**Beatriz Escalante**

Cartulinas, pizarrones y carteles, la promoción por correo, los aparadores, los calendarios, carteritas de cenillos, ceniceros, llaveros, globos, lápices y plumas son la pandemia de las erratas verbales en los medios impresos. Cual monstruo bien nutrido, encuentra entre el público en general poca resistencia.

No obstante, todavía entre ciertos filólogos, lingüistas, correctores de estilo, editores y profesionales dedicados al cuidado de la lengua, cada impropiedad gramatical hace aflorar una aversión irresistible que ataca directamente al cerebro, como puñalada traperera, mediante la audición y la vista. "Nada más basta con abrir los ojos buscando letras para leer, no solamente en la prensa sino en espectaculares y libros, donde lo que encontramos son puros enemigos", afirmó el escritor, Óscar de la Borbolla.

Hablar de publicidad contaminante es referirnos al conjunto de medios para divulgar o extender productos y servicios, cometiendo errores en la ortografía y sintaxis del mensaje.

A continuación analizaremos algunos anuncios considerados

contaminantes, por alterar el uso correcto del lenguaje, entre muchos que circulan por la ciudad de México y podrían traerse a cuento. La mayoría de ellos constituyen barbarismos.\*

### 4.1 De la ce a la zeta

Parece ser que en el Español el uso correcto de las consonantes ce, ese, zeta y equis, todavía no es muy claro, por lo tanto, el manejo de las mismas en vez de poner remedios produce más problemas.

1. IMPRESIÓN. Palabra proveniente del latín impressionem, la cual se refiere al efecto de imprimir o dejar huella.<sup>(1)</sup>



Avenida Dolores Hidalgo, esquina con Lagos de Moreno, colonia San Felipe de Jesús.

\* Alteración de las palabras, ya sea por el cambio o eliminación de una de sus letras o por acentuarlas de manera equivocada.

(1) Gómez De Silva. Guido. Breve diccionario etimológico de la lengua Española. pág. 370

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

2. OCASIÓN. Originaria del latín *occasionem*. Al igual que con la palabra impresión, cuando un término pasa al idioma español, la ortografía de esta palabra debe obedecer a la raíz original, por lo tanto, debe ir con "ese".<sup>(2)</sup>



Avenida 510, colonia San Juan de Aragón, sec. 1.

3. GIMNASIO. En latín *Gymnasium*.<sup>(3)</sup> Término que sin referirse a algún mistero lingüístico, conserva la letra "ese" de la palabra del latín de donde se origina.



Avenida Constitución de la República, número 28, colonia Providencia

(2) *Ibidem*, pág. 495

(3) *Ibidem*, pág. 323

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

4. **ESOTÉRICA.** Del latín tardío *esotericus* y se refiere a lo oculto y reservado.<sup>(4)</sup>



Avenida 604 esquina con avenida 661, colonia San Juan de Aragón sec. 5

5. **SENCILLEZ.** La terminación *ez* se refiere a una condición o cualidad, se usa en los sustantivos femeninos, generalmente abstractos, como *escasez*, *honradez*, *madurez*, etcétera.<sup>(5)</sup>



Avenida Dolores Hidalgo esquina con Coyuca, colonia San Felipe de Jesús.

(4) Gómez De Silva, op. cit., pág. 271

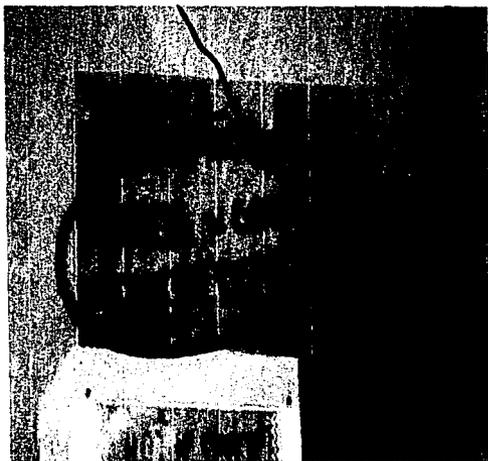
(5) *Ibid.*, pág. 593

6. PESCUEZOS. ¿Será que este pescuezo es de pez?



*Calle 29 esquina con Francisco Villa, colonia Campestre Guadalupeana*

7. ARROZ Y EXQUISITOS. En la fonética culta y enfática el sonido representado por el grupo consonántico ks se representa con la letra equis. La pronunciación en el ámbito coloquial corresponde erróneamente al sonido s.<sup>(6)</sup>

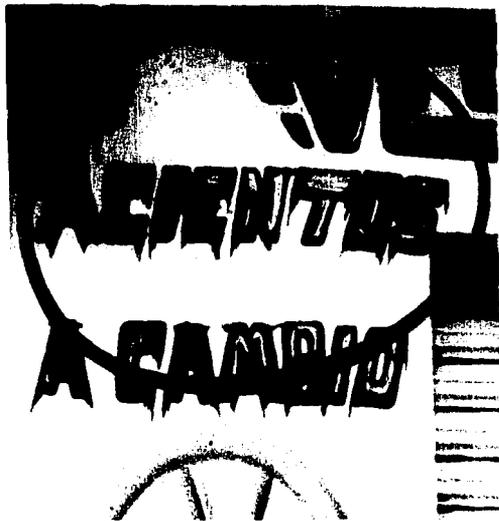


*Avenida Dolores Hidalgo esquina con Atoyac, colonia San Felipe de Jesús.*

(6) Encyclopaedia Britannica Publishers, Lexipedia, pág. 97

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

8. ACIENTOS. Sería mejor hacer un cambio de asientos...



Avenida 510, frente al Deportivo El Zarco, colonia San Juan de Aragón, sec. 1.

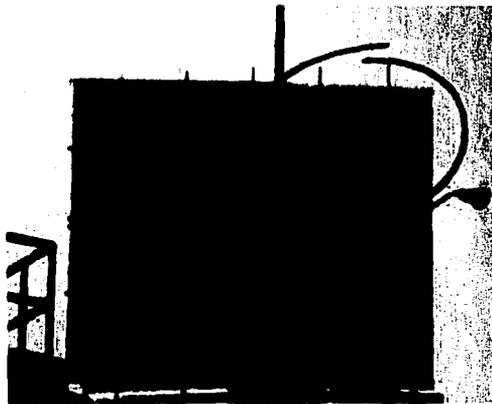
TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

## 4.2. El tilde: brilla por su ausencia

Según la definición dada por el diccionario de la Real Academia de la Lengua Española, el tilde es una virgulilla o rasgo que se pone sobre algunas letras para distinguir una de otra o denotar su acentuación. Entendiéndose acentuación como el relieve que en la pronunciación se da a una sílaba de la palabra, distinguiéndola de las demás por un tono más alto.<sup>(7)</sup>

La transgresión a las reglas de acentuación son uno de los muchos aspectos que todavía muestran su lado oscuro entre la gente para su empleo correcto.

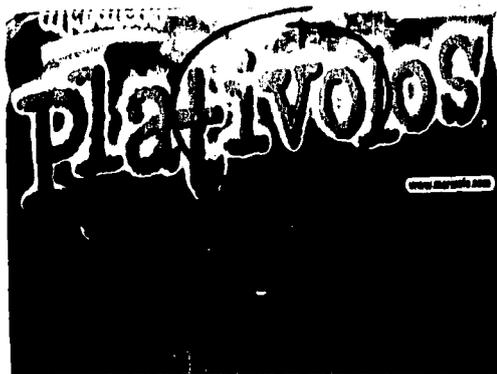
1. ESPECTACULAR. La espectacularidad de este anuncio radica en límites. Esta palabra obedece al grupo de las esdrújulas, aquellos vocablos que cargan su fuerza de pronunciación en la antepenúltima sílaba. En lí-mi-tes, se puede observar que la intensidad de voz corresponde a la sílaba lí, por lo tanto debe llevar tilde.



Avenida Viaducto esquina con avenida Cuauhtémoc.

(7) Real Academia Española, Diccionario de la Lengua Española, pág. 23

2. **PLATÍVOLOS.** Pese a la gran campaña publicitaria en radio y televisión que siempre caracteriza a las grandes empresas, en este caso Bimbo, no quedan exentos de los errores. Estas galletas son anunciadas verbalmente como **Platívolos** (al igual que el caso anterior se trataría de una palabra esdrújula), pero gráficamente suprimen el tilde, por lo que deberíamos entender que son **Plativolos**.



Galletas de la empresa Bimbo.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

3. **QUÉ.** ¿Qué futuro? Precisamente esa es la pregunta, una escuela que se dedica a promover educación, ¿es posible que desconozca la tildación correcta de las preguntas? Según el diccionario de la Real Academia de la Lengua Española este pronombre relativo se emplea con acento ortográfico en oraciones interrogativo exclamativas de naturaleza afirmativa o negativa, cuando se agrupa con diversas clases de palabras, por ejemplo: ¿qué nos esperará de aquí adelante? <sup>(8)</sup>



Volante distribuido en la estación del metro Etiópia.

(8) *Ibidem*, pág. 1872

4. TU. Hay un tipo de acento ante el cual por ningún motivo se puede ser indiferente, una tilde de la que depende el significado de una palabra y, con gran frecuencia, la de todo un enunciado: es el acento diacrítico. El uso correcto de tu y tú está dado por el cambio de significado que le otorga el acento diacrítico: tú con acento corresponde a un pronombre personal, tú debes pagar la compostura, mientras que, tu sin acento se refiere al adjetivo posesivo, tu coche es nuevo. Lo que en estos anuncios vendría siendo incorrecto tildar, ya que corresponden al adjetivo posesivo y no al pronombre personal.<sup>(9)</sup>



Avenida Talismán, delegación Gustavo A. Madero.

Revista TV Notas.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

(9) Escalante, Beatriz, Curso de redacción para escritores y periodistas, pág. 75

5. EXAMEN. La palabra examen y exámenes, suelen confundirse regularmente en cuanto a su tildación, por ejemplo, en este desplegado se cometió el error de acentuar examen, cuando el término corresponde al grupo de las palabras graves, son aquellas que cargan su fuerza de pronunciación en la penúltima sílaba. No se acentúan cuando su terminación sea en **ene, ese o vocal**. Contrario a exámenes que forma parte de las palabras esdrújulas.

Periódico Reforma, suplemento TIME, julio 2002, pág. 7.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

Incorporado a la SEP según acuerdo 962172 de fecha 21 de octubre de 19

Licenciatura en Gastro

CONVOCA AL EXAMEN DE ADMISIÓN

19 de julio, 2002

7:00 a.m.

I. LA "O" ENTRE NÚMEROS. Desde que el uso de la computadora se popularizó como medio para trabajar textos, la tildación que anteriormente se utilizaba en la letra "o" para no confundirla con el número cero, se anuló. Actualmente, la tipografía diferencia esta vocal del cero con la reducción automática de su tamaño.

El Universal, 30 de mayo de 2002, Pág. G8.

**EN TODO COMPUTO**

**18 ó 12**

mensualidades sin intereses con Tarjeta Palacio

mensualidades sin intereses con Tarjeta de Crédito Bancomer y La Tarjeta American Express™.

Periódico Reforma, suplemento TIME, julio 2002, pág. 7.

¡Dale la bienvenida a nuestro miembro de la familia.

**EN TODO COMPUTO**

**18 ó 12**

mensualidades sin intereses con Tarjeta Palacio

mensualidades sin intereses con Tarjeta de Crédito Bancomer y La Tarjeta American Express™.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

### 4.3. "Erre con erre cigarro..."

La ere es la vigésima primera letra del abecedario español que por sí sola representada al final de una sílaba, agrupada con otra consonante en la misma sílaba o en posición intervocálica constituyen un fonema consonántico vibrante simple; ejemplo, comer, carne, aro, etcétera. En el caso de ir al principio de una palabra o de ser combinada con otra ere en posición intervocálica representa un fonema vibrante múltiple; ejemplo, rata, rosa, barro, carro, charro, etcétera <sup>(10)</sup>

Los siguientes anuncios constatan la confusión del uso de la ere con relación a la fuerza de su pronunciación.

#### 1. TABLARROCA.



**TABLARROCA**

Plafones, Muros y Abacos Decorativos al Instante  
Venta, Instalación y Asesoría en toda la República

PLAFONES  
MUROS  
ABACOS  
RELOVR

- PLAFONES Todos los modelos.
- MUROS Tablarroca, Durock, Imitación Madera.
- PASTAS Grano de Mármol y todas las texturizadas.
- PINTURA En general Interiores y Exteriores.

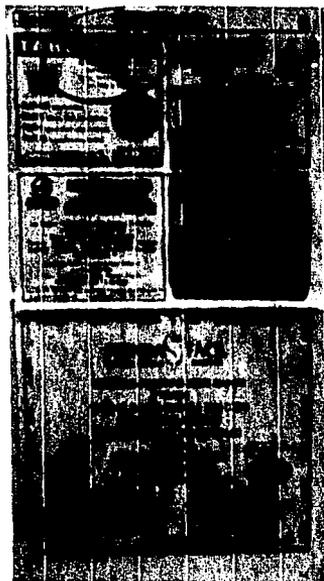
LOS PRECIOS MAS ECONOMICOS DE LA ZONA

Av. Central esq. Hacienda La Gavia #2  
Col. Impulsora, Nezahualcoyotl Edo. de Méx.

5121-1411  
5121-1412

Periódico de publicidad local *La voz de Aragón*, febrero 2002,  
delegación Gustavo A. Madero.

(10) Real Academia Española op.cit., pág. 1886



#### 2. ABARROTES



Avenida 606 esquina con avenida 613, Unidad San Juan de Aragón.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

### 3. MULTIRREGIÓN.



Avenida 606 esquina con avenida 613, Unidad San Juan de Aragón.

(11) Escalante, Beatriz. op.cit., pág. 65

### 4.4. Miscelánea

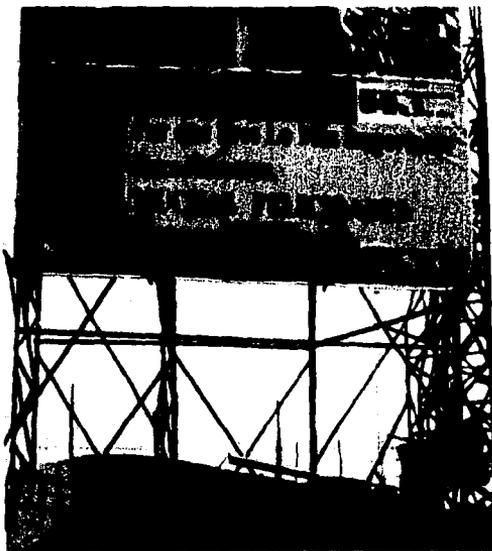
1. EL GÜERO. La diéresis (¨) sirve para señalar que la letra u deberá pronunciarse en las sílabas **gue, gui**. Si este signo no aparece, lo correcto es pronunciar **güe**, como en la palabra "guerra" y no **güe**, como en la palabra "güera". El uso incorrecto de la diéresis también es un barbarismo. <sup>(11)</sup>



Avenida 606 esquina con avenida 613, Unidad San Juan de Aragón.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

2. **PORQUE.** Sin duda el poner o quitar un acento puede ser el cambio de sentido de una oración. Pero separar o juntar las palabras **por** y **que** tienen la misma fuerza en la alteración del significado de una expresión. **Por que** (separado y sin acento), sustituye a: "el cual", "la cual", "lo cual" y "los cuales". **Porque** (junto y sin acento) es una conjunción causal, equivale a "pues" y "ya que". Debe usarse para dar respuestas o explicar.<sup>(12)</sup> En este anuncio el mal uso del **porque** es obvio, se trata de una explicación no de la sustitución de la palabra "el cual". Además, no existe una coherencia en el uso de las mayúsculas, ya que son usadas de manera indistinta sin importar si preside a un punto o se trata de un nombre propio.



Avenida Tlalpan salida estación del metro Viaducto.

(12) *Ibidem*, pág. 183

(13) Moreno de Alza, José G., Nuevas minucias del lenguaje, pág. 342

3. **HAMBURGUESA.** La letra *ache* ha sido siempre un blanco de modificaciones, simplificaciones o anulaciones de la ortografía. Existen varias razones para que esta letra aparezca en una palabra, en este caso por tratarse de una palabra de origen inglés- americano la fonología y la fonética la transcriben como un sonido parecido al de la jota (jamburguer), por ejemplo hielo, se asemeja a la pronunciación de la lle (yelo)<sup>(13)</sup> Por tanto, contrario a lo que se cree, sí representa un sonido y resulta necesario su uso.



Avenida México-Coyoacán afuera de la estación del metro Zapata.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

4. ELECTRICIDAD. Dícese del oficio del electricista.



Avenida 414, colonia San Juan de Aragón, sec. 7.

5. VOLANTE MÉDICO. Y al final, ¿de qué se trata?

Se hace una inyección a un doctor y a una enfermera de cualquier hospital del D.F. que tenga algún Familiar enfermo de Diabetes para que se cure gratis con todo y remedio natural y justifique el Doctor que si se cura la diabetes.

**Y ARTRITIS AGUDA Y HERNIAS**

Venga resacares venras a su domicilio si su enfermo no puede salir y a usted está discapacitado en el D.F. Estas enfermedades se curan con medicina Natural para su cura por enfermedades de infección familiar. ¡ No más mal curas del error de cualquier tipo. curar en el campo y contra hernias grandes, phobos e insomnio. Curas suspensiones en medicina para el cuerpo humano o aliviar phobos y las hernias.

**LO ATIENDE CARLOS MIGUEL GONZALEZ M.**

SE ATIENDE A MUJERES, NIÑEROS Y HEREDOS que padecen la Diabetes cuando el tiempo que tenga febras o diabetes o que de lo contrario empiezan a sufrir por la diabetes en cualquier parte del cuerpo. Venga y estrese de poder lo más a gusto de la diabetes y el padecido de las hernias que tiene padecido insomnio en las hernias o hernias, en phobos lo más a gusto de las hernias. Y además se le atienden las operaciones del control de los PULSOS hasta los phobos hasta los phobos y hasta las hernias.

**SE CURA LA DIABETES TOTALMENTE EN 2 MESES**

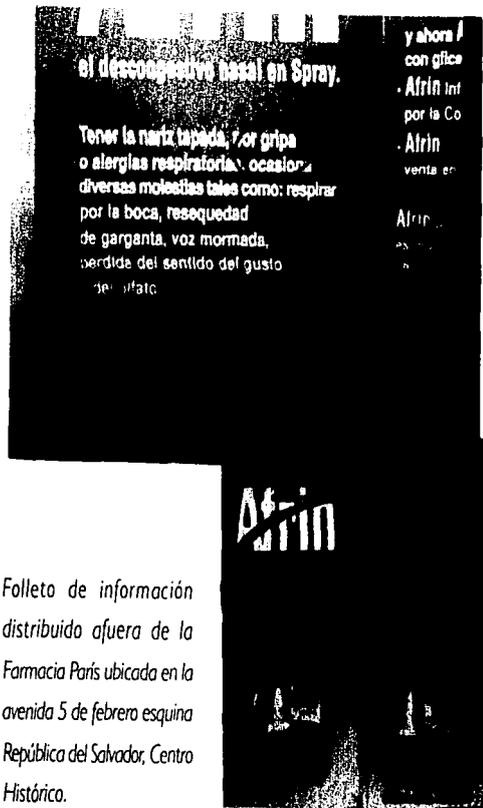
HORARIO DE LUNES A SABADO Y DIAS FESTIVOS DE 10:00 a.m. A 6:30 p.m. Y DOMINGOS DE 6:00 A 1:00 p.m.

Volante distribuido en la avenida Centenario.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

6. GRIPE. "Procede del francés gripe, la forma correcta en español es gñpe, cuando se convierte en verbo la e cambia por a, se dice 'estoy agñpado', este cambio surgió, ya que fonéticamente era muy desagradable decir 'estoy agñpedo', comentó Beatriz Escalante, escritora y conductora de radio.

7. NOMBRE DE SUCURSALES. El uso de las mayúsculas obedece principalmente a todos los nombres propios, los sobrenombres y los apodos, así como los tratamientos y sus abreviaturas. También después de punto y seguido, punto y aparte, algún signo de interrogación o admiración y en siglas.<sup>(14)</sup>



Folleto de información distribuido afuera de la Farmacia París ubicada en la avenida 5 de febrero esquina República del Salvador, Centro Histórico.



(14) Escalante, Beatriz, Curso de redacción para escritores y periodistas. pág. 83

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

8. PALABRA ENGROSA. "Hay un grupo de verbos como dormir, volar, desaforar, soldar que se diptongan y se conjugan igual que esforzar, yo no me esfuerzo, yo me esfuerzo. Con el verbo desaforar, que viene de estar a fuera, es incorrecto decir yo estoy afora, sino yo estoy afuera. Otro término que la publicidad utiliza muy mal es cuando se dice que el cabello se engrose, siendo que está grueso no groso. Son verbos que se diptongan, yo no me dormo, sino yo me duermo, explicó la pedagoga Beatriz Escalante.



Periódico Reforma, suplemento Salud y belleza, agosto 2002, contraportada.

## 4.5 Made in México

La lengua es el principal baluarte de identificación cultural de un pueblo. En nuestro país el resguardo del idioma es contemplado por la ley como lo señala el artículo tercero del Reglamento de Anuncios para el Distrito Federal, el cual indica que "el texto de los anuncios deberá redactarse en idioma español con sujeción a las reglas de la gramática y sin el empleo de palabras de otro idioma".<sup>(15)</sup>

La proliferación de extranjerismos, en inglés o francés, principalmente en artículos de belleza, son un arponazo más al consumidor, ya que se explota la ignorancia de los compradores quienes desconocen el objetivo que se persigue con el indiscriminado uso de lenguas extranjeras sin traducción.

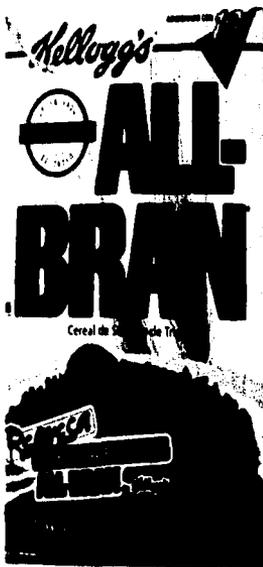
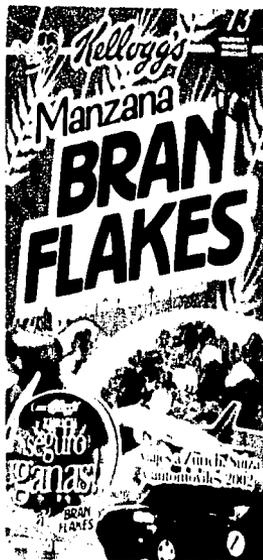
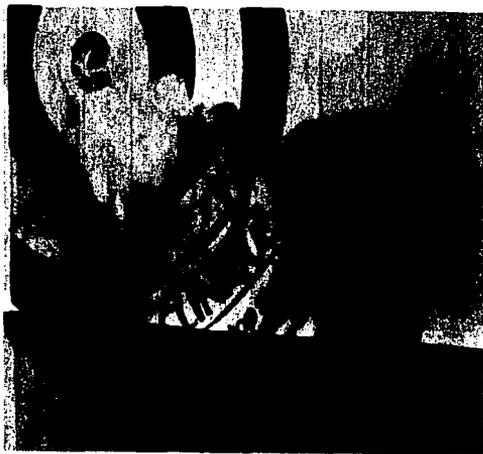
Puede pensarse que los publicistas dan por hecho que su público domina el inglés o el francés, o bien, que tiene obligación de conocerlos. Supondría también una falta grave por parte del gremio (los encargados de la publicidad) que, si por algo debería de caracterizarse, sería precisamente por su profundo conocimiento del público al que se dirige.

Esta costumbre tiene el claro objeto de que, por una parte, el cliente no se dé cuenta de lo que va a adquirir y, por otra, explotar el profundo malinchismo de buen número de mexicanos, pertenecientes a niveles socioeconómicos altos. Las incautas creen adquirir cosméticos norteamericanos o franceses porque en la publicidad y en el producto mismo aparecen largos sintagmas, que las hacen perder la atención sobre las pequeñas letras con la leyenda de "Hecho en México".

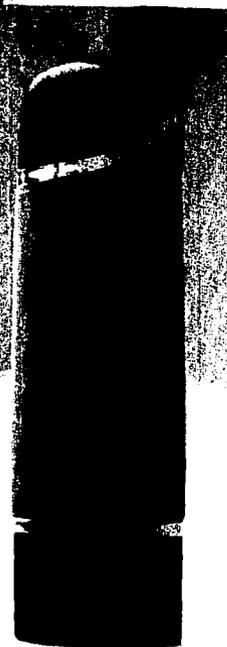
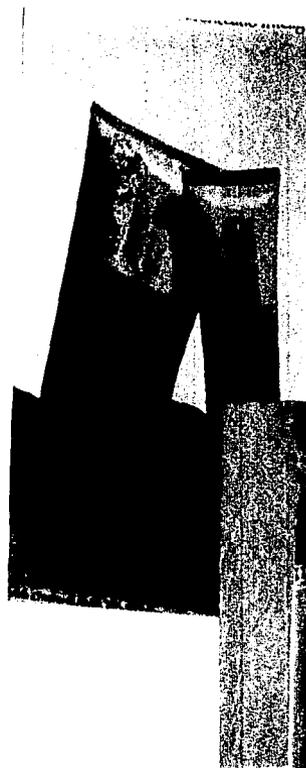
TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

(15) Reglamento de Anuncios para el Distrito Federal

(16) Moreno de Alva, José G., Minucias del lenguaje, pág. 160



TESTS CON  
FALLA DE ORIGEN



TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

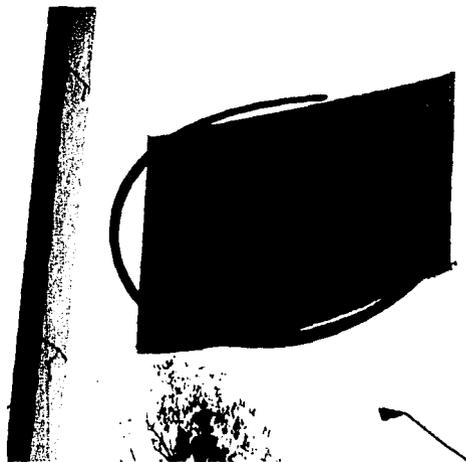
## 4.6 Al revés pero volteado

Los griegos, aficionados a poner apodos a quienes hablaban incorrectamente, crearon varios términos que hasta nuestros días sirven para referirse a errores en la expresión oral y escrita. Llamaron "bárbaros" a los pueblos que hablaban otras lenguas o que salpicaban el griego con voces extranjeras. Con intención de burla, aplicaron el griego con voces extranjeras. Con intención de burla, aplicaron el nombre de "Sóloi" (colonia de Sicilia famosa por lo mal que se hablaba ahí el griego) para nombrar a quienes hacían construcciones sintácticas de manera errada y viciosa.

La sintaxis es una parte de la gramática que al coordinar y unir las palabras para expresar conceptos, ha trascendido del campo de la lingüística y adquirido gran importancia para la retórica, la literatura y la prosodia. La sintaxis es el ingrediente fundamental de ese elemento de la escritura al cual se le llama "estilo". "Cuando me encuentro ante los escritos de mis alumnos, después tengo que tallarme los ojos con sosa cáustica para quitarme tanta contaminación, no de erratas o de errores de dedos, sino de rebuznos ortográficos y peor aún en la sintaxis", aseveró Óscar de la Borbolla, escritor y catedrático de la UNAM.<sup>(17)</sup>

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

(17) Escalante, Beatriz, op. cit., pág. 201



Boulevard Puerto Aéreo esquina con Norte 9.

2. CREMA ALPURA. No cabe duda, la tecnología ha evolucionado



Producto distribuido en tiendas del país.

3. REFRIGERACIÓN. Además de servicio de compostura, ahora también se ofrece refrigeración a sus verduras.



Tarjeta distribuida en la estación del metro Guerrero.

4. PRONOMBRE TI. Tan contundente como: saite para afuera.



Avenida Rio Consulado esquina con Oriente 33, colonia Peñón de los Baños.

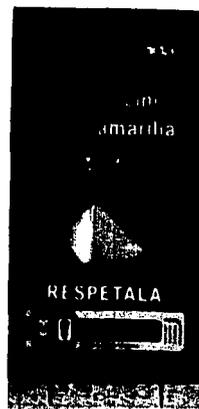
5. GÜEY. ¿Cuántos güeyes va a querer para llevar?



Puesto ambulante ubicado junto al Templo Mayor.

6. METRO. Así como algunos olvidan la línea amarilla, en este cartel otros no ponen la "y".

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN



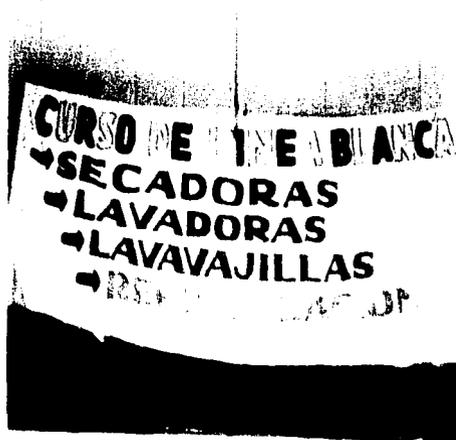
Cartel ubicado en el andén de la estación del metro Tacubaya.

7. PENSIONADOS. El gobierno debería considerar esta propuesta y crear más estacionamientos para jubilados.



Camino a San Juan de Aragón, número 243, colonia Casas Alemán.

8. LÍNEA BLANCA. Un curso donde se enseña qué es una lavadora, un refrigerador, una licuadora, etcétera



Calle Cuauhtémoc esquina 5 de febrero, colonia Aragón.

9. REBAJAS. No sólo compre ropa, también compre ofertas..

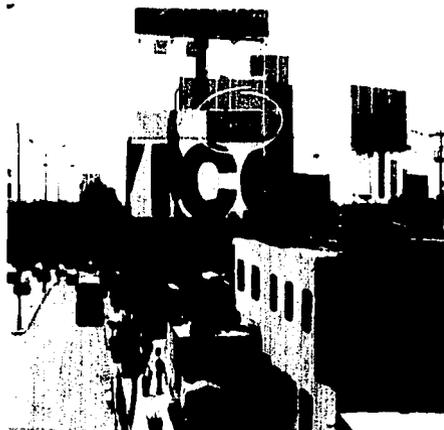


TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN



Reforma, 28 de junio del 2002, pág. 20A.

10. CALZADO EN PIEL. La novedad en tatuajes.



Avenida Rio Consulado.

11. ORTOPÉDICO. Si su ortopedista le falla llévelo a reparar.



Calle Parral esquina con avenida Dolores Hidalgo, colonia San Felipe de Jesús.



TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

12. LECHE ALPURA. Los nutriólogos deben considerar para sus dietas la existencia de la nueva grasa ultrapasteurizada que descubrió Alpura.



Producto distribuido en las tiendas de país.

Del examen de estos pocos ejemplos de formas y conceptos gramaticales podemos decir que el que escribe se ve privado de todos los medios de explicación que el lenguaje vivo le proporcionaría. Al escribir uno tiene que crearse esa situación, armarla enteramente por medio de la ordenación particular de las ideas. Lo que se escribe está destinado a la lectura; y por consiguiente, se puede descontar el tiempo del que el lector dispondrá para comprender o releer.

Muchos de los errores contenidos en las mantas, pintas, bardas e interiores de locales, son parte ya del paisaje urbano que para sus creadores son pequeños detalles de los que nadie se percató. "En mi anuncio en vez de ponerle abarotes le pusieron abarotes, pero se me hizo mucho decirle a este muchacho, total era una letra", explicó Roberto Morales, dueño de la tienda de abarotes Anita II, ubicada en la colonia San Juan de Aragón.

Por su parte, los rotulistas, cuyo oficio se ha popularizado entre los pequeños comerciantes comentan que el cuidado de la ortografía es una labor indispensable en su trabajo, tal como lo declara Felipe Hiescas, quien desde hace 10 años ejerce esta ocupación: "el cliente trae su texto y nosotros lo checamos con un diccionario, pero por ejemplo, la gente no quiere acentuar las mayúsculas porque las ve raras. Lo que yo hago es escribir correctamente y si el cliente me pide que lo cambie lo hago".

El valor de la publicidad no sólo debe radicar en el compromiso comercial, sino también en resguardar la propiedad idiomática, una cuestión que parece que a nadie le importa aún cuando sabemos que algunas personas confían en este medio de comunicación y comienzan a utilizar y a cometer los mismos traspés.

"La publicidad es la prostitución de la creatividad, ya que por medio de ella se obtiene dinero. Es difícil no encontrarse con errores de ortografía, pero no tenemos que combatirlos, sino dejar de utilizar los anuncios que finalmente, no benefician a nadie y que bien podemos vivir sin ellos", argumentó el literato Mario González Suárez.

En entrevista, la escritora Ethel Krauze comentó que en los últimos cinco años los medios impresos desde anuncios publicitarios, espectaculares, revistas, periódicos, hasta los libros han sido presa de un proceso de suciedad en faltas de ortografía y sintaxis. "Actualmente, hasta las editoriales de prestigio han marginado la tarea de gente especializada como los correctores de estilo, ya que se piensa que su labor es un gasto poco importante. Es una desgracia que se cambie la primogenitura por un plato de frijoles. El acento está puesto en la ambición comercial y el conocimiento ha pasado a segundo plano sin que a la postre veamos los resultados negativos que esto tiene en las nuevas generaciones", dijo.

La falta de ética y el poner énfasis en el aspecto de cuánto cuesta y no en cuánto vale, ha provocado que la corrupción del lenguaje y el problema educativo aumenten día a día. Sin duda, una lucha interminable entre el idioma y la costumbre, un duelo entre lo correcto y lo incorrecto, simplemente un largo camino por recorrer en la educación y la escritura...

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

## CONCLUSIONES

El mundo adquiere vida a partir de que el hombre es capaz de nombrarlo y por medio de sonidos identificar cada objeto que conforma nuestra realidad. La existencia del arma más poderosa que tiene el hombre para comunicarse, el lenguaje, merece respeto. Es por ello que en esta tesis mostramos la importancia y denunciamos el mal uso que de éste se tiene.

A través del reportaje sobre *publicidad contaminante* comprendimos que la trascendencia del mal uso del idioma tiene problemas de fondo:

1) Hablar de los errores ortográficos y sintácticos en los anuncios publicitarios es tratar un tema donde las víctimas y los verdugos somos nosotros. Un problema que unido a la deficiente enseñanza del español en la educación básica y a la poca preparación de algunos profesores, ha generado reproductores de incorrecciones en el idioma incapaces de comunicarse.

Por eso, aprovechamos este espacio para hacer un llamado a las autoridades quienes tienen en sus manos buena parte del remedio que se necesita en la educación, que creemos, va más allá de la simple aprobación de un ocho por ciento de presupuesto en este sector. México exige y tiene derecho a una educación de calidad con profesores capacitados y comprometidos con su labor docente.

2) Los profesionales del ámbito publicitario han encontrado en este medio el mejor lugar para atraer miradas a costa de lo que ellos denominan "licencias", donde el uso correcto del lenguaje se ve alterado, creando confusión entre los espectadores.

Escritores y lingüistas consideran esta acción una falta de creatividad y honorabilidad ante el lenguaje, indigno de especialistas en comunicación que por una remuneración económica desarrollan un trabajo sucio contra el idioma. Aprovechando el vacío legal que sólo rige la imagen urbana y descuida la integridad intelectual del consumidor.

3) Sin duda, el sector más vulnerable a las confusiones ortográficas son los niños quienes en un constante aprendizaje, hacen suyos conceptos y formas de vida que la publicidad expone sin consideración. Es por eso, que la pedagoga y escritora Beatriz Escalante con su propuesta radiofónica, *Gramática inolvidable*, ha logrado despertar el interés por el estudio del idioma, objetivo que la SEP ni con sus campañas de fomento de la lectura ha alcanzado.

Este tipo de programas educativos son los espacios que las autoridades deberían impulsar para la difusión de conocimientos, no sólo idiomáticos, sino también de otras áreas que tantas deficiencias tienen como: historia de México y universal, matemáticas, geografía, etcétera.

4) Muchos errores denunciados en este trabajo no son más que una pequeña muestra del gran universo de descuidos, apatías, ignorancia y confusiones que giran en torno al español.

La ausencia de acentos, el mal uso de *ce*, *ese*, *zeta*, *be* y *uve*, además de la falta de un ejercicio de razonamiento que permita la ordenación de ideas coherentes. Ante esto podemos decir que *lo que bien se piensa, bien se escribe*

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

El desarrollo de nuestra investigación nos llevó a corroborar que la mayoría de las personas nos encontramos expuestas a estos anuncios plagados con faltas de ortografía, tendemos a minimizar los errores o simplemente adquirimos y de esta forma reforzamos de manera equivocada un conocimiento.

Este reportaje es una denuncia del atentado que día con día se comete contra el idioma. Un conflicto que inicia no por el planteamiento de los planes de estudio, sino al emplear erróneamente las técnicas para la enseñanza de la lengua. Para ello proponemos que los profesores contemplen la enseñanza del Español de manera integral, de forma que sus conocimientos en escritura y lectura le resulten útiles y aplicables a otras materias. Estamos convencidas de que el idioma debe aprenderse como un hábito más que como una lista de palabras y reglas que para la mayoría de las personas resultan ajenas a su realidad.

Es una gran labor la que debe realizarse en torno a la enseñanza de la lengua, sin embargo, es responsabilidad de las autoridades educativas y los profesores, diseñar los métodos adecuados que contribuyan a la enseñanza lógica del idioma (basada en el razonamiento) más que en la arcaica memorización que como se ha comprobado resulta poco apta para el aprendizaje del idioma. El cambio está en impulsar nuevos métodos, más que de estudio, de la comprensión del idioma español.

Con este trabajo intentamos impulsar en el lector el interés por su idioma y su correcta reproducción, además de hacer un llamado a las autoridades quienes tienen en sus manos el poder de garantizar la integridad intelectual, así como tomar con responsabilidad y compromiso la enseñanza del idioma.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

# FUENTES DE CONSULTA

## Bibliografía

- Agnew, Hugh E. y Burton George. Publicidad comercial, Acrópolis, México, 1948, 517 pp.
- Aragonés, Juan Ignacio y Américo María. Psicología ambiental, ediciones Pirámide, Madrid, 1998, 451 pp.
- Artiles, Ceferino. Cómo prevenir y corregir las dificultades en el aprendizaje de la lecto-escritura, editorial Síntesis, Madrid, 1995, 157 pp.
- Bally, Charles. El lenguaje y la vida humana, editorial Losada, Buenos Aires, 1977, 236 pp.
- Beltrán y Cruces, Raúl E., Publicidad en medios impresos, editorial Trillas, México, 1994, 170 pp.
- Beristáin, Helena. Gramática estructural de la lengua española, editorial Limusa, México, 1999, 522 pp.
- Castor, Méndez Paz et al., Imitación y conducta humana. Servicio de Publicación e Intercambio Científico, Santiago de Compostela, 1996, 203 pp.
- Diamond, A.S., Historia y orígenes del lenguaje, Alianza Editorial, Madrid, 1974.
- Encyclopaedia Britannica Publishers, Lexipedia Multigramática, EUA, 1996, Vol. 4, 697 pp.
- Escalante, Beatriz, Curso de redacción para escritores y periodistas, editorial Porrúa, México, 2000, 348 pp.
- Ferrer, Rodríguez Eulalio, Cartas a una joven publicista, editorial Alfaguara, México, 2001, 149 pp.
- Ferrer, Rodríguez Eulalio, De la lucha de clases a la lucha de frases, editorial Taurus, México, 1995, 417 pp.
- Forgas Ronald H. y Melamed Lawrence E., Percepción, editorial Trillas, México, 1989, 518 pp.
- Gómez De Silva, Guido, Breve diccionario etimológico de la lengua Española, Fondo de Cultura Económica, México, 1995, 736 pp.
- Moreno de Alba, José G., Minucias del lenguaje, Fondo de Cultura Económica, México, 1995, 556 pp.
- Moreno de Alba, José G., Nuevas minucias del lenguaje, Fondo de Cultura Económica, México, 1996, 435 pp.
- Newman, Bárbara, Manual de psicología infantil, editorial Kapelusz, Argentina, 1986.
- Pei, Mario A., La maravillosa historia del lenguaje, editorial Espasa-Calpe, Madrid, 1955.
- Proshansky, Harold M., Psicología ambiental, editorial Trillas, México, 1978, 867 pp.
- Quezada, Abel, El mexicano. Prólogo de Alfonso Morales, editorial Planeta, México, 1999.
- Real Academia Española, Diccionario de la Lengua Española, editorial Espasa Calpe, España, 2001, 2368 pp.
- Swadesh, Mauricio, El lenguaje y la vida humana, Fondo de Cultura Económica, México, 1973.
- Victoroff, David, La publicidad y la imagen, editorial Gustavo Gili S.A., Madrid, 1983, 128 pp.

## Hemerografía

- Agencia de noticias AFP, "Multará diario suizo a quienes cometan faltas de ortografía", La Jornada, Dir. Carmen Lira Saade, Diario, México D.F., 5 de febrero del 2002, pág. 36
- Delgado, Mónica. "Difundirá SEP evaluaciones a enseñanza", Reforma, Dir. Alejandro Junco, Diario, México D.F. 18 de octubre de 2001, pág. 11A, sec. Nacional.
- Dir. Alejandro Junco, "Impulsar escuela de calidad con más y mejor tecnología", Reforma, Diario, México D.F. 9 de noviembre de 2001, pág. 8A, sec. Nacional.
- Dir. Alejandro Junco, "Plantean más recursos para sector educativo", Reforma, Diario, México D.F. 14 de noviembre de 2001, pág. 6A, sec. Nacional.
- Durán, Manuel, "Urgen a certificar nivel de maestros", Reforma, Alejandro Junco Pres. y director general, Diario, México D.F., 17 de octubre de 2001, pág. 1B, sec. Ciudad y Metrópoli.
- Ley General de Salud
- Melgar, Ivonne, "Piden negociar tipo de calidad en educación", Reforma, Alejandro Junco Pres. y director general, Diario, México D.F., 24 de octubre de 2001, pág. 19A, sec. Nacional.
- Melgar, Ivonne, "Prometen mantener evaluaciones", Reforma, Alejandro Junco Pres. y director general, Diario, México D.F., 15 de octubre de 2001, pág. 9A, sec. Nacional.
- Melgar, Ivonne, "Reprueba la UNESCO aprendizaje", Reforma, Dir. Alejandro Junco, Diario, México D.F. 18 de octubre de 2001, pág. 11A, sec. Nacional.
- Melgar, Ivonne, "Son orientales los 'herds' y mexicanos los 'burros'. Reforma, Dir. Alejandro Junco, Diario, México D.F. 15 de octubre de 2001, pág. 8A, sec. Nacional.
- Ramírez Castañeda, Rafael, "La enseñanza de la Gramática", Cero en conducta. Consejo editorial, Alfredo Sánchez, Inés Castro, Rodolfo Ramírez, Liliana Morales, Mensual, México D.F., Agosto de 1996, Año II, Núm. 42-43, pág. 32, sec. Debate.
- Ramírez, Rafael, "¿Para qué sirve la ortografía?", Educación 2001, Dir. Gilberto Guevara Niebla, Mensual, México D.F., Mayo de 1997, Año II, Núm. 24, pág. 53, sec. Pensamiento Educativo Mexicano.
- Reglamento de Anuncios Exteriores para el Distrito Federal
- Reyes Carlos, "Coinciden en que es de todos la responsabilidad de educar", El Universal, Dir. J. Francisco Ealy Ortiz, Diario, México D.F., 15 de octubre de 2001, pág. 8, sec. Nacional.
- Reyes, Carlos, "Piden evaluación educativa al margen de SEP y SNTE", Reforma, Alejandro Junco pres. y director general, Diario, México D.F., 12 de enero de 2002, pág. 1A, sec. Nacional.
- Reyes, Carlos, "Señalan incongruencia en la política educativa", Reforma, Alejandro Junco Pres. y director general, Diario, México D.F., 12 de enero de 2002, pág. 8A, sec. Nacional.
- Varela, Julio, "El dictado para revisión ortográfica", Educación 2001, Dir. Gilberto Guevara Niebla, Mensual, México D.F., Febrero de 1999, Año II, Núm. 45, sec. La enseñanza de la lengua.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN



## Audiografía

- Gramática Inolvidable, Radio Educación 1060 AM, 15:30-16:00 hrs., martes, México D.F., Guión y conducción: Beatriz Escalante.
- Las 100 clásicas de Cri-Cri, Escuela de permitos, Francisco Gabilondo Soler (Cri-Cri), México D.F., BMG, Vol. 2, cassette 2.
- Moceadas, *El vendedor*, José María Lizar y Juan Carlos Calderón, Madrid, Polygram

## Fuentes vivas

- Anaya, Héctor, escritor.
- Barriga Villanueva, Rebeca, especialista en desarrollo del lenguaje en el Centro de Estudios Lingüísticos y Literarios del Colegio de México.
- Barrios, Jaime, creativo de Publicorp.
- Camacho Sánchez, Alejandro, presidente de la Comisión de Educación de la ALDF
- Coen, Arrigo, corrector idiomático de la Asamblea Legislativa del Distrito Federal.
- De la Borbolla, Óscar, escritor.
- Del Valle Conde, Eduardo, director del Comité Metropolitano de la Unión Nacional de Padres de Familia.
- Escalante, Beatriz, pedagoga y conductora del programa radiofónico Gramática Inolvidable.
- Galván, Norma, directora de la agencia de publicidad Publicorp.
- González, José Antonio, psicólogo clínico, especialista en el proceso

de aprendizaje.

- González Suárez, Mario, escritor.
- Juárez, Sara Irma, profesora de la Universidad Pedagógica Nacional.
- Krauze, Ethel, escritora.
- Laponte, Juan Pablo, director de Mercadotecnia de la Agencia de publicidad Grupo Rayuela.
- Márquez, José de Jesús, profesor de primaria.
- Morales, Roberto, locatario.
- Noyola Muñoz, Gabriela, jefa de la carrera de Pedagogía en la Universidad Pedagógica Nacional.
- Priego, Albertina, radioescucha del programa radiofónico Gramática Inolvidable.
- Ramírez, Antonieta, profesora de primaria.
- Ramírez, Enrique, profesor de primaria.
- Rodríguez, Aurelio, radioescucha del programa radiofónico Gramática Inolvidable.
- Urbina, Javier, catedrático e investigador ambiental de la Facultad de Psicología en la UNAM.
- Vega, Cecilia, directora de la publicación Esto es.
- Velasco Abarca, Carlos Arturo, director de primaria.
- Vener, Martha Elena, coordinadora del Centro de Estudios Lingüísticos y Literarios del Colegio de México.
- Yescas, Felipe, rotulista.
- Zavala Hernández, Sergio, director creativo de la agencia de publicidad Tres publicidad

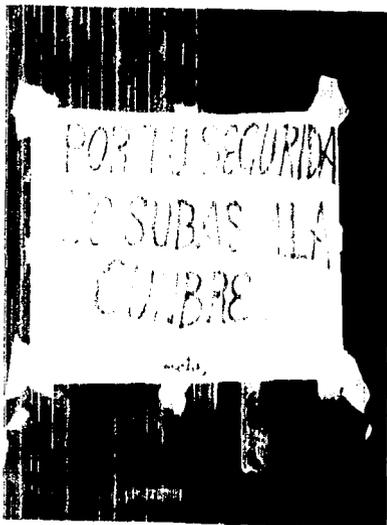
TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

0000

57



Eclipse



Por tu seguridad no subas ala cumbre

**ESTA NAVIDAD**

**¡¡date tu propio regalo**

**TE GUSTARIA LUCIR  
COMO UNA LUZ  
DE VENGALA**

**O SEGUIR COMO  
PIÑATA**

**¡¡SIN DIETA CON EXELENT  
ALIMENTACION!!**

**YO TE PUEDO AYUDAR**

**REYNA CABRERA**  
Tel. 57-71-18-10  
044 55 1197-8867

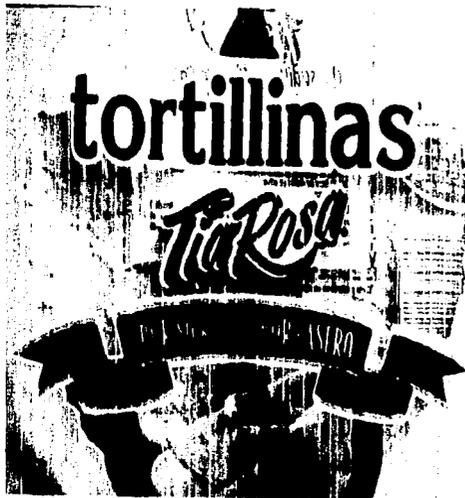
Excelente

**TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN**

Por ti aprendi a vivir

Buenas tardes señores pasajeros disculpe las molestias nosotros  
eramos chavos de la calle nos quedavamos en coladeras lotes  
valdios casas abandonadas debajo de puentes o en aquellos lugares  
donde se fomenta la delincuencia el alcoholismo la drogadiccion  
incluso la prostitucion hoy en dia formamos parte de una casa hogar  
que lleva por nombre por ti aprendi a vivir es para niños de la  
calle y joyetes drogaditos en rehabilitacion pero es nueva y dis-  
puesta con ningun tipo de apoyo economico ni del gobierno ni  
politico gresos dia a dia los jovenes mas rehabilitados saliendo a las  
calles a pedir un poco de su apoyo monetario para poder cubrir  
los gastos de la casa como es comprado viveres medicinas  
para aparos utiles escolares cosas para el uso personal de los  
compañeros y materiales de limpieza para la casa

¿Y los signos de puntuación?



Tía



Sentido