

Las Funciones del Lenguaje en la Comunicación Humana

The Functions of Language in Human Communication

Diego A. Lara Rodríguez

Abstract:

Communication is a fundamental process in human interaction that allows for the exchange of information, ideas, and emotions. In this context, language plays a crucial role, serving as a tool for conveying messages and achieving specific goals. Among the diverse functions of language, the most notable are the referential and appellative functions, each with distinct purposes and applications in everyday and specialized communication.

Keywords:

Communication, idea, context, language.

Resumen:

La comunicación es un proceso fundamental en la interacción humana que permite el intercambio de información, ideas y emociones. En este contexto, el lenguaje juega un papel crucial al servir como herramienta para transmitir mensajes y lograr objetivos específicos. Dentro de las diversas funciones del lenguaje, destacan la función referencial y la función apelativa, cada una con propósitos y aplicaciones distintas en la comunicación diaria y especializada

Palabras Clave:

Comunicación, idea, contexto, lenguaje.

Introducción

Las funciones del lenguaje en la comunicación humana son esenciales para entender cómo se transmite y recibe la información. La función referencial se centra en proporcionar información objetiva y veraz sobre la realidad, sin buscar influir en las emociones o acciones del receptor. Por otro lado, la función apelativa tiene como objetivo influir activamente en el receptor, persuadiéndolo para que realice una acción específica, modifique una creencia o adopte una determinada actitud.

Las Funciones del Lenguaje en la Comunicación Humana

La comunicación es el pilar fundamental del desarrollo humano y social. Día a día, nos desenvolvemos en un

constante intercambio de información, ideas y emociones a través del lenguaje. Para que este proceso sea efectivo, intervienen tres elementos esenciales: el emisor, el mensaje y el receptor.

El emisor es la fuente de la comunicación, quien origina y transmite el mensaje. Es la voz que se expresa, ya sea de forma oral o escrita.

El receptor es quien recibe e interpreta el mensaje. Su participación activa es crucial y se manifiesta de dos maneras:

Escucha activa: Implica no solo oír las palabras, sino también prestar atención plena, comprender la intención y el contexto.

Retroalimentación: Es la respuesta del receptor al mensaje. Puede ser una confirmación, una pregunta, una objeción o cualquier otra reacción que indique que el mensaje ha sido recibido y procesado. Esta

^a Autor de Correspondencia, Institución | Subentidad | Ciudad-estado | País, <https://orcid.org/0009-0009-7775-586X>, Email: diego_lara@uaeh.edu.mx



retroalimentación cierra el ciclo comunicativo y permite al emisor ajustar su comunicación si es necesario. El mensaje es el contenido que el emisor desea transmitir al receptor. Puede ser una idea, un sentimiento, un dato, una instrucción o cualquier tipo de información codificada en un sistema de signos.

La función referencial también conocida como informativa o representativa se centra en transmitir información de manera objetiva y veraz sobre la realidad o sobre algún tema. Su propósito principal es informar, describir o explicar, sin buscar necesariamente una reacción emocional o una acción concreta por parte del receptor. El emisor se limita a presentar datos o hechos. Ejemplos claros de su uso los encontramos en:

Diccionarios y enciclopedias: Su objetivo es definir y explicar términos.

Ensayos académicos o científicos: Se enfocan en exponer teorías, resultados de investigaciones o análisis objetivos.

Noticias y reportajes: Buscan informar sobre eventos actuales de la manera más neutral posible.

Investigaciones en páginas web: Cuando buscamos información objetiva sobre un tema específico, como datos históricos, científicos o técnicos.

En estos casos, la prioridad es que el receptor adquiera conocimiento o comprensión sobre el tema presentado, sin que se pretenda influir en sus emociones o acciones.

Por otro lado, la función apelativa también llamada conativa o persuasiva tiene un objetivo diametralmente opuesto. Aquí, el emisor busca influir activamente en el receptor, persuadirlo para que realice una acción específica, modifique una creencia o adopte una determinada actitud. El emisor intenta generar un efecto en la conducta o el pensamiento del receptor. Esta función es omnipresente en:

Anuncios publicitarios: Su meta es convencer al consumidor de comprar un producto o servicio.

Cartas comerciales o solicitudes formales: Buscan obtener algo del destinatario (una aprobación, una respuesta, una gestión).

Discursos políticos: Pretenden movilizar a la audiencia hacia una causa o un candidato.

Órdenes o instrucciones: Cuando alguien nos dice "ven aquí" o "haz esto", está utilizando la función apelativa.

Peticiones y ruegos: Buscan obtener la colaboración o el favor del receptor.

En resumen, mientras la función referencial se dedica a "decir las cosas como son" o a informar, la función apelativa busca "hacer que las cosas pasen" a través de

la influencia sobre el receptor. Ambas son herramientas ponderosas que utilizamos constantemente para interactuar con el mundo y los demás

Referencias

- [1](s.f.). Abraham Lincoln School, Arica. <https://alsarica.cl/ckfinder/userfiles/files/material/JavieraG/2doM/FUNCIONES%20DEL%20 LENGUAJE.pdf>.
- [2] El Lenguaje y sus Funciones. (s.f.). 403 Forbidden. https://repositorio-uapa.cuaed.unam.mx/repositorio/moodle/pluginfile.php/1427/mod_resource/content/1/contenido/index.html.
- [3] Baena , L. A. (1989). Funciones del lenguaje y enseñanza de la lengua. Lenguaje, (17), 23–32. <https://doi.org/10.25100/lenguaje.v0i17.13916>