

Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua
UNAN - Managua
Recinto Universitario “Rubén Darío”
Facultad de Humanidades y Ciencias Jurídicas



Monografía para optar al título de Licenciatura en Filología y Comunicación.

Léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales transmitidos durante el programa “La Paloma Mensajera” a través de Tu Nueva Radio Ya en el período de enero a agosto del 2016.

Autores:

Br. Julia Rostrán Mayorga.

Br. Andy Gutiérrez Gallegos.

Tutora:

Msc. Hilda Baltodano.

Managua, 21 de noviembre 2016.

Agradecimientos

A Dios:

Porque durante todo este tiempo él me sostuvo para que yo fuera una profesional, brindándome sabiduría, inteligencia, perseverancia y entendimiento, los cuales cada día se los pedía a través de mis oraciones, gracias por darme la oportunidad de cumplir esta meta y sobre todo gracias por guiarme en mi mocedad.

A mi padre, Leonardo Rostrán Ramírez:

Por ser el hombre más importante en mi vida, el ser más incondicional que me ha dado Dios y la vida. Gracias papito sos lo que más amo en este mundo y agradezco de todo corazón lo que has hecho por mí, para que yo pudiera alcanzar esta meta.

A mi madre, Ivania Mayorga:

Por brindarme el cuidado y esmero más grande en esta vida, por ser la madre rigurosa que me enseñó a que las cosas deben hacerse bien, gracias mamá porque nunca me dejaste y menos ahora en este momento de terminar mi carrera, te amo.

A mis hermanos Alex y Leo, y mi viejita linda Esther Mora:

Por estar ahí siempre ustedes dos mi mayor compañía y mis mejores amigos, los amo y gracias porque cada uno estuvo a mi lado. Y a vos viejita bella porque nunca me desamparaste cuando más lo requería, los amo a los dos y te amo abuelita.

A Elvis Pérez:

Por estar ahí siendo mi fiel apoyo en estos cinco años de universidad, siempre me dijiste que el tiempo pasaría rápido y paso, y ahora ya termine, te amo y gracias por estar hoy conmigo en esta etapa muy importante.

A mi tutora, Hilda María Baltodano:

Por haber creído en mí y por no dejarme sola en esta recta final, su gran apoyo, su comprensión y su rigurosidad, fueron los elementos necesarios para el avance de este trabajo, ya que sin usted no hubiera podido ser posible. Mil gracias profesora, mi mayor respeto, admiración y querer.

Julia del Socorro Rostrán Mayorga.

Dedicatoria

A Dios, mi padre celestial que me ayudo a ganar mil batallas, y a mi padres Leonardo Rostrán e Ivania Mayorga, por su amor y querer incondicional, por llevarme a alcanzar la cúspide de mi sueño, mi profesión como Filóloga, les dedico este trabajo con mucho esfuerzo y amor. Dios y mis padres.

Julia del Socorro Rostrán Mayorga.

Agradecimientos

Quiero agradecer por este trabajo

A Dios que me ha dado la vida, fortaleza para terminar esta investigación y que a pesar de todo siempre me ha ayudado a seguir adelante.

A mis padres por estar siempre apoyándome incondicionalmente en todo momento, especialmente a mi madre que ha sido quien más me ha impulsado y motivado en cada situación, de igual forma a mi papá y hermano quienes me han ayudado en los momentos difíciles.

A mis tías y tíos que han sido una parte muy importante en todo este camino de mi formación, han estado en todo momento apoyándome.

A mi familia en general que de una u otra manera me han ayudado a salir adelante.

A mi tutora, Hilda María Baltodano, quien me ha instruido y guiado en todo este trabajo investigativo, que también como maestra me ha brindado muchas enseñanzas que han sido sumamente útiles a lo largo de mi carrera y virtudes que me han ayudado en mi vida.

Andy Keneth Gutiérrez Gallegos.

Dedicatoria

A Dios, quien es el que permite que todos nuestros sueños y metas se hagan realidad. A mis padres que siempre han esperado este momento, que me han ayudado a llegar donde hoy estoy y me han enseñado a ser una buena persona, todo esto se lo debo a ellos.

Andy Keneth Gutiérrez Gallegos.

Índice

1. Resumen	1
2. Introducción.....	2
3. Antecedentes	4
4. Objetivos	8
4.1. Objetivo general:	8
4.2. Objetivos específicos:	8
5. Marco Teórico	9
5.1 Lingüística.....	9
5.1.1 Lengua.....	10
5.1.2 Habla	11
5.1.3 Dialecto.....	11
5.1.4 Dialectología.....	12
5.2 Niveles de la lengua	13
5.2.1 Culto	13
5.2.2 Estándar	14
5.2.3 Coloquial	14
5.2.4 Popular	15
5.2.5 Jerga	16
5.2.6 Argot.....	16
5.2.7 tecnicismo - Lengua Técnicas y Científicas	17
5.3 Semántica	18
5.3.1 Significado.....	18
5.3.2 Tipos de significados	19
5.3.3 Campo semántico	20
5.4 Lexicología	20
5.5 Léxico	21
5.6 Lexicografía	21
5.6.1 Diccionario	22
5.6.2 Glosario	23

5.6.3 Macroestructura de los diccionarios.....	23
5.6.4 Microestructura de los diccionarios	24
5.6.5 La marcación	26
5.7 Planta del DEN	27
5.7. 1 Conceptos de planta	27
5.7.2 En que consiste la planta del DEN.....	28
5.8 Características del léxico nicaragüense.....	29
5.9 Publicidad	30
5.9. 1 La comunicación: Por qué la publicidad es única?	30
5.9.2 Aplicación del proceso de la comunicación a la publicidad.....	31
5. 10 La radio.....	31
5. 10.1 Programación de la radio y las audiencias.....	32
5. 11 Marco Conceptual	34
5. 12 Marco espacial	36
6. Planteamiento del problema.....	39
7. Preguntas directrices.....	40
8. Diseño metodológico.....	41
8.1 Tipo de investigación.....	41
8.1.2 Universo y Muestra	41
8.2 Método.....	42
8.3 Instrumentos	43
8.4 Análisis	44
8.5 Síntesis.....	44
8.6 Bibliográfico.....	44
9. Análisis y discusión de los resultados	46
9.1 Léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales que se transmiten durante el programa “La Paloma Mensajera”.....	47
9.2 Análisis del Léxico, empleado en los anuncios publicitarios nacionales transmitidos durante el programa “La Paloma Mensajera” a través de Tu Nueva Radio Ya en el periodo de enero a agosto del 2016, por campos semánticos.....	51
9.3 Contrastividad del significado de las palabras que conforman el Léxico publicitario en los anuncios nacionales transmitidos durante el programa “La Paloma Mensajera” a través de Tu Nueva Radio Ya.....	64

9.4 Glosario del Léxico publicitario en los anuncios nacionales que se transmiten durante el programa “La Paloma Mensajera” a través de Tu Nueva Radio Ya en el periodo de enero a agosto del 2016.....	106
9.5 Valoración Cultural	122
10. Conclusiones	123
11. Recomendaciones	124
12. Bibliografía	125
13. Anexos	128



Léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales transmitidos durante el programa “La Paloma Mensajera”.

1. Resumen

El presente trabajo investigativo es un estudio léxico de los anuncios publicitarios nacionales transmitidos durante el programa “La paloma mensajera” en Tu Nueva Radio Ya, durante enero a agosto del 2016. A través del cual se identificaron diferentes vocablos y fraseologismos que se emplean en la grabación de los anuncios.

El objetivo principal es el de aportar la caracterización del español de Nicaragua, así como valorar el aporte cultural que tiene el léxico empleado, es por eso que al elaborar este estudio, se toma en cuenta la importancia que tiene este para la cultura de nuestro país.

La base teórica es de vital importancia para este estudio, ya que se abordaron aspectos generales de la lingüística, la lengua y sus niveles, habla y dialecto, entre otros y también se incluyeron conceptos de publicidad y radio que son parte de este trabajo

La información de este estudio se logró recopilar por medio de la grabación de todos los anuncios publicitarios. El análisis de la información obtenida permitió obtener un corpus de 12 anuncios, de los cuales se lograron sacar 112 palabras. Es por ello que se realizó la Contrastividad de la palabras para saber cuáles están en el *Diccionario de la lengua española*, *Diccionario del español de Nicaragua*, *Diccionario de americanismos* y *Diccionario de centroamericanismos*, para después elaborar los campos semánticos referente a los vocablos y fraseologismos utilizados en los anuncios publicitarios, y por último la elaboración un glosario, en el cual se obtuvieron 16 nuevos aportes, entre ellos nuevos vocablos y nuevos fraseologismos, que se utilizan a diario y son de vital importancia para el habla nicaragüense.



Léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales transmitidos durante el programa “La Paloma Mensajera”.

2. Introducción

Nicaragua es un país con un léxico que se caracteriza por tener una amplia riqueza de vocablos, este se mantiene vivo en el habla popular que a diario los nicaragüenses utilizan para comunicarse. Es por eso que al seleccionar este estudio sobre el léxico y cómo va ligado con la publicidad nacional, permitirá tener una perspectiva más amplia de lo que está presente en nuestro día a día en relación a la forma de hablar.

Desde que se inventó la radio, el mundo alcanzó un desarrollo vertiginoso, fue así que a través del uso de la palabra, se logró captar a las audiencias a nivel global. Hoy en día la comunicación depende de la forma en cómo cada ser humano pretende expresarse y la manera en que lo hace.

El propósito del trabajo es analizar el léxico que se utiliza en la publicidad nacional que antes se mencionó, pero en los anuncios meramente nicaragüenses, para esta investigación se estudiarán los anuncios que son transmitidos durante el programa la Paloma Mensajera del cantautor, actor y locutor de Tu Nueva Radio Ya, el señor Otto de la Rocha, el cual es un personaje representativo del habla popular, por tanto, es buscado para resaltar nuestro léxico por las empresas nacionales, debido a que este medio radial Tu Nueva Radio Ya, es escuchada por todos los sectores de la sociedad nicaragüense.

No importa cómo se deba de hablar, el léxico es la manera en que los hablantes creamos el lenguaje, ya que esto permite comunicarnos y hacerlo único, denotando su alto valor en lo que corresponde a la comunicación y a la cultura de nuestro país.

La publicidad se encarga de transmitir ese mensaje simplificado en el cual va integrado el léxico, de tal forma que permita llegar directo al oyente, es así que este puede sentirse identificado con el nicaragüense que presenta el señor Otto de la rocha en su personaje “Aniceto”, hombre rural que mantiene las raíces de su pueblo, que habla como este, con palabras populares, frases y dichos que son parte de la riqueza léxica. También hay que resaltar la jocosidad con la que habla el señor Otto y el doble sentido que le



Léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales transmitidos durante el programa “La Paloma Mensajera”.

imprime a las palabras, esto sin duda alguna es otra característica muy representativa del nicaragüense.

El léxico, la comunicación y la publicidad son aliados idóneos para crear diversidad de información en las mentes de los receptores o sea, el publico meta, no cabe duda que al realizar este análisis se permitirá tener una visión amplia de lo que nosotros a diario empleamos al expresarnos con los demás y la riqueza léxica que se mantiene viva al reproducirla mediante nos expresemos.

El tema fue seleccionado tomando en cuenta el valor esencial del habla popular, la investigación que se realizó al elaborar el análisis, fue la composición del español nicaragüense, a través de la radio como medio de divulgación nacional, en donde este medio es escuchado de forma masiva.

Se presenta un reto lograr extraer este valioso aporte, debido a que las empresas nacionales buscan un léxico más estándar, culto o técnico, pero al tomar esto y hacerlos meramente nica con nuestra identidad, crea la diferencia, manifestación de cultura y tradición de nuestro lenguaje expuesto oralmente.

No solo es el habla popular, sino la manera en que nos expresamos al utilizar el léxico referente a lo que nos involucra como nicaragüenses, encontrar la esencia en esta investigación; es la preservación de nuestra lengua, en la cual se expone las siguientes características que nos distingue como: la jocosidad, algarabía y entusiasmo que es representado a través de la cuña radial dramatizada, en donde el personaje es el campesino Aniceto Prieto, hombre rural que habla a como habla la gente.



Léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales transmitidos durante el programa “La Paloma Mensajera”.

3. Antecedentes

En Nicaragua la publicidad va de la mano con los medios ordinarios desde que estos se abrieron, ofrecieron una puerta al mundo de las ventas para que los productos se pudieran comercializar, es por eso que la radio como medio de difusión desde su creación va de la mano con la publicidad.

Es por eso que para resaltar la importancia de este trabajo se tomaron otros estudios que tienen un enlace con este, siendo así una base para dar valor y credibilidad, estos son los siguientes:

Mántica, sobre sale con su obra *El habla nicaragüense y otros ensayos* (1989), este antecedente que explica que el habla nicaragüense vive en perpetua evolución y cambio; esto hace referencia a que nuestro pueblo fue un pueblo sin historiadores, por el cual hace que nuestra historia sea hablada y el habla sea nuestra propia historia. Es de esta manera que explica que nuestro vocabulario está en constante evolución, y es así que se puede constituir a esta como nuestra biblioteca, depósito de nuestra cultura, eco de nuestra magnífica historia nicaragüense.

Este trabajo se relaciona con el nuestro al resaltar la importancia del estudio en el habla popular que nos identifica como nicaragüenses, cabe resaltar que en el capítulo de la Morfología del habla nicaragüense existen frases que al igual que en los anuncios publicitarios nacionales presentan la creatividad del individuo a la hora de hablar, en donde pareciera que el nicaragüense sintiera la necesidad de ingeniar el vocabulario para expresar continuamente aspectos relacionados a diferentes situaciones de la época.



Léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales transmitidos durante el programa “La Paloma Mensajera”.

García, se destaca con su obra *Diccionario de fraseologismos usados en Nicaragua* (2003), este es un antecedente en el que se expone principalmente el habla oral, pues se caracteriza por ser popular, expresivo e indicador de la realidad social. El habla utilizada durante el pasado o el presente, es que resalta la identidad e ingenio, en la cual se presenta el humor jocoso, pintoresco y vivaracho, burla e ironía, en donde la sabiduría popular dio lugar para que se extrajeran todas las frases populares. La importancia de este trabajo es esencial en el Español de Nicaragua, por que presenta la cultura viva de un pueblo dotado de mucha cultura por medio del habla.

Rosales, se luce con su obra *Atlas Lingüístico de Nicaragua* (2008), este antecedente presenta los fenómenos que se registran en la lengua hablada, también presenta la diferencia entre lengua y dialecto, que se presentan en las diferentes zonas de nuestro país. Es muy importante este trabajo para nuestra cultura, porque este constituye una referencia bibliográfica confiable y obligatoria para el estudio del español en general y de nuestro propio español.

Mediante el estudio de este trabajo con el nuestro hay una vinculación en cuanto al estudio de la lengua hablada y los cambios que esta ha tenido mediante el paso de los años, como las palabras han ido evolucionando y el cambio en cuanto la pronunciación con la alternancia vocálica que se presenta en una de las palabras encontradas, sin duda alguna este es uno de los trabajos más fidedignos y confiables para ser referente ante cualquier estudio sobre el léxico.

Es por eso que este trabajo se relaciona con el nuestro, porque comparten en común un análisis fraseológico, en el cual se desarrollan sinónimos que presentan estructuras sintácticamente distintas pero con un mismo significado, referente a la caracterización fraseológica del español hablado en Nicaragua, siendo esta espontánea, coloquial, entre los dichos modismos, frases hechas y locuciones populares. Estos también son utilizados por Otto de la Rocha a la hora de grabar los anuncios, pues el habla a como habla la gente.



Léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales transmitidos durante el programa “La Paloma Mensajera”.

También, se destaca la obra de Arellano, *Diccionario del español de Nicaragua* (2009), este es uno de los antecedentes más importantes, en el cual muestra la riqueza léxica del español nicaragüense, siendo la gente el principal referente del habla popular, ya que la población inventa y sobre todo innovan las palabras. Esta obra es un diccionario de voces meramente regionales que recoge y presenta nuestras palabras que nos identifican, pues este basto libro de conocimiento sirve de consulta para todo aquel que quiera saber sobre nuestra riqueza léxica.

De esta manera se tomó como antecedente, ya que en este trabajo existen lemas que aparecen en el nuestro, y es así que se hace una Contrastividad que permite ver las palabras que no están, de tal manera se pudo constatar la importancia de este diccionario en el cual hay un constante cambio de la lengua, ya que este recoge y representa las voces de hombres y mujeres, de diferentes edades, profesiones y oficios en esta patria.

Por otra parte, se revisó el trabajo de Ramírez Torres (2012) “*Análisis léxico semántico presente en el programa International News Network (INN), en los segmentos Jacinto Barba y Caso Fregado, transmitido por canal 4, a las 5:30 pm, los días domingo, durante el segundo semestre del 2012*”, este presenta un estudio léxico semántico de los segmentos del popular programa, en donde se caracteriza el léxico novedoso y original, aplicando los principios modernos de la lexicografía.

A través del estudio destacado anteriormente se determinó que tiene una relación con nuestro trabajo, en donde se manifiestan lemas y frases propias, debido a que los significados encontrados en estos son sin duda novedosos, en comparación con los diccionarios DLE y DEN 2009; de igual modo en nuestro trabajo se encontraron palabras novedosas y propias del habla del nicaragüense que caracteriza la idiosincrasia del nica, tales como: Echar un polvo, en el trabajo de INN, y en el nuestro, Vamos a moler que ambas tienen una connotación del acto sexual.



Léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales transmitidos durante el programa “La Paloma Mensajera”.

Asimismo, se consultó de Ruiz Sánchez (2012) en su trabajo monográfico “*Caracterización léxica del español nicaragüense; Formación de palabras por medio de procesos morfológicos, durante diciembre 2012*”, presenta al léxico en un análisis descriptivo de algunos procesos morfológicos que dan origen a la formación de nuevas unidades léxicas en el español de nicaragüense, y de esta forma que se conozca la riqueza que posee el habla popular. De esta manera se brindaran aportes al estudio del español de Nicaragua.

El trabajo mencionado anteriormente presenta que el español de Nicaragua es una lengua muy rica y pletórica en cuanto a la creación de palabras y unidades léxicas. Esto se debe a que el hablante en sus situaciones cotidianas es muy creativo y original; de igual forma en nuestro trabajo se resaltan las características antes mencionadas tales como: la creatividad y originalidad que posee el nicaragüense a la hora de elaborar una palabra, en su día a día el este es el que va poco a poco innovando el léxico en las diferentes situaciones que se le presentan.

Rosales y Zamora, se lucen con su obra *Diccionario de centroamericanismos (2016)*, en esta obra se exponen las diferentes palabras que se utilizan en toda la región centroamericana, dando validez a un trabajo arduo que engloba las caracterizas léxicas de cada país citado, como Guatemala, Honduras, el Salvador, Nicaragua y Costa Rica. Siendo las autoras principalmente nicaragüenses.

No cabe duda que este diccionario viniera a facilitar de gran manera al estudio léxico en nuestro país y a nivel centroamericano, en donde cada lema que ahí sale reflejado es parte del lenguaje que aún se mantiene vivo.



Léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales transmitidos durante el programa “La Paloma Mensajera”.

4. Objetivos

4.1.Objetivo general:

Analizar el léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales que se transmiten durante el programa “La Paloma Mensajera” en el período de enero a agosto del 2016.

4.2.Objetivos específicos:

- 4.2.1. Identificar el léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales que se transmiten durante el programa “La Paloma Mensajera” en el período de enero a agosto del 2016.
- 4.2.2. Clasificar por campos semánticos el léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales que se transmiten durante el programa “La Paloma Mensajera” en el período de enero a agosto del 2016.
- 4.2.3. Contrastar el léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales que se transmiten durante el programa “La Paloma Mensajera”, con el Diccionario de la lengua Española, Diccionario del español de Nicaragua y el Diccionario de americanismo.
- 4.2.4. Elaborar un glosario con la información gramatical y semántica de los vocablos no registrados del léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales transmitidos durante el programa “La Paloma Mensajera” en el período de enero a agosto del 2016.
- 4.2.5. Valorar la importancia léxica y cultural de los anuncios publicitarios nacionales que se transmiten durante el programa “La Paloma Mensajera”.



Léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales transmitidos durante el programa “La Paloma Mensajera”.

5. Marco Teórico

A continuación se desarrollaran los diferentes conceptos que fundamentan esta investigación, ya que son base para la realización y comprensión de este estudio léxico.

5. 1 Lingüística

La lingüística es la ciencia que estudia la lengua y sus diversas formas de manifestación. Es de aquí en donde inicia la investigación sobre el habla nicaragüense, es por ello que se elaborarán los conceptos que facilitaran a entender de una mejor forma nuestro lenguaje. Se dice que el lenguaje no es más que un sistema de la comunicación humana, en este se establece la representación de cada elemento que lo conforman, siendo estos el lenguaje oral y el lenguaje escrito.

En palabras de Simone (1993), la lingüística “es el estudio científico del lenguaje y de sus lenguas”. (p.1), de manera que el lenguaje es visto como todo un conglomerado que parte esencialmente de la lengua, ya que sin este sistema de signos convencionales no sería posible la comunicación entre todos los seres humanos, y su estudio fue la clave exacta para saber la evolución del hombre.

La lingüística no se ocupa de una lengua en particular, pues esta estudia la evolución del lenguaje de los pueblos salvajes o de las naciones civilizadas, de épocas arcaicas , clásicas o de decadencia, teniendo en cuenta, en cada periodo, no solamente el lenguaje correcto y el «bien hablar», sino de todas las formas de expresión. Es por esto que se encarga de especificar la naturaleza misma del lenguaje, y explica coherentemente las potencialidades que aporta la hombre y las limitaciones que le impone al hacer un estudio exhaustivo de este. De aquí parte el interés por saber cuáles son los elementos esenciales de la lingüística.



Léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales transmitidos durante el programa “La Paloma Mensajera”.

5. 1. 1 Lengua

La lingüística tiene dos partes fundamentales como: la lengua y el habla, estos son los principales medios para que en el ser humano se pueda dar el acto de transmitir la comunicación humana.

Según Saussure, (1913) expresa que “la lengua no se confunde con el lenguaje, debido a que esta no es más que una determinada parte del lenguaje, aunque esencial”. (p.21). Esto permite decir que la lengua es estudiada por el lenguaje, porque esta tiene como objeto e instrumento de estudio lo que no la confunde, pues se considera que es parte de este en cuanto se produce la comunicación.

Es por eso que todas las sociedades del mundo poseen un medio de comunicación, este es el lenguaje, pero las lenguas que se utilizan en estos son diferentes, es por eso que en el párrafo anterior se dice que la lengua es una parte determinada del lenguaje, siendo esta el sistema de signos que se ha estudiado a través del tiempo.

Dubois (2008); plantea lo siguiente:

La lengua no es un simple instrumento o medio de comunicación, sino el sistema más complejo y perfecto utilizado por el hombre. Todos los demás sistemas o códigos de comunicación pueden ser traducidos al código de la lengua: no hay nada que no se pueda expresar en una lengua. Una comunidad de hablante podrá no tener los otros medios de comunicación (señales de tránsito, escritura, cine, etc). Pero esta nunca carece de un sistema verbal (p.375).

La lengua hablada emplea un conjunto de formas concordantes que toma a muchos individuos en tiempo y forma, es decir en una época determinada por lo que se dice que la lengua hablada. Es amplia en todos los sentidos que puede descifrar el código lingüístico de cualquier lengua, además es de vital importancia saber que la lengua se construye por la sociedad de tal forma, esta es dinámica, va evolucionando con el pasar de los años, y va cambiando a través de tiempo y del espacio, según como los hablantes vayan



Léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales transmitidos durante el programa “La Paloma Mensajera”.

implementando cambio. Ya estudiada la lengua se pasará a saber que es el habla y como esta es utilizada, a continuación se expone el concepto de habla.

5. 1. 2 Habla

Para Saussure F, (1913), el habla “es un acto individual de voluntad e inteligencia, en el cual conviene distinguir: 1° Las combinaciones por las que el sujeto hablante utiliza el código de la lengua con miras a expresar su pensamiento persona; 2° el mecanismo psicofísico que le permita exteriorizar esas combinaciones” (p.30), en este sentido, el habla hace evolucionar la lengua, pues, concretiza el sistema de posibilidades que ofrece una lengua, de tal modo que esta evolución se hace notar mediante el paso del tiempo en que está avanzando en el medio que se desarrolla.

Es por eso que las múltiples expresiones que las personas emitan al hablar permitirán a otros el cambio en los actos lingüísticos, es por eso que se afirma que el habla es la fuente primordial entre el lenguaje, es de esta manera que el cerebro puede funcionar a través del desarrollo del acto del habla, pues esta no solo se refiere al uso que hace cada individuo de la lengua sino también al uso característico de un grupo social determinado. Se habló de lengua y habla, partes de la lingüística, entonces hay que hacer énfasis por saber que es el dialecto en el próximo punto.

5. 1.3 Dialecto

Para la lingüística el dialecto hace referencia a los usos específicos que le dan ciertos grupos o etnias dentro de la lengua general de una región.

Plantea Dubois (1994), que el dialecto “es una forma de lengua que tiene su sistema léxico, sintáctico y fonético propio y que se utiliza en un territorio más limitado que la lengua” (p.191). Se puede decir que los dialectos son las formas, expresiones en que se



Léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales transmitidos durante el programa “La Paloma Mensajera”.

comunican o bien, como se comprende los sectores que hacen uso de forma particular, a esto se le llama dialecto. Ese afirma que cualquier individuo que este en contacto con su lengua hace uso de las variantes que las comprende. Es por eso que la asociación que frecuentemente es expresada, es que el dialecto va con el acento, ya que esto se debe que en cada país este se convierte en una variedad estándar.

Esto deja claro que los dialectos son formas de lenguas vecinas unas de otras, cuyo utilizadores de este, los que llegan a tener una comprensión, ya que estos son de una misma comunidad lingüística, formas focales en las cuales se ha creado una lengua unión que permite distinguirlos de los demás hablantes que no pertenece a esa región. Se ha dicho que es el dialecto, entonces se debe de hacer referencia a que es la dialectología en donde el siguiente párrafo se explicará.

5. 1.4 Dialectología

Se dice que la dialectología es la que estudio el conjunto en sí de todos los dialectos que esto se derivan de una lengua en común, ya que esta estudia cada una de las variedades y las formas sistemáticas de uno u otros dialectos.

Afirma Zamora y Guitar (1998) que “la dialectología es aquella que parte de la lingüística que estudia la heterogeneidad de las lenguas, es decir que observa y explica el hecho de que las lenguas no sean en si homogéneas, sino que estén compuestas de un mayor o menor número de dialectos más o menos diferentes entre sí. La dialectología sin otra especificación, estudia fenómenos universales del lenguaje, comunes a todas las lenguas” (p.9). En sí, esto permite saber que la dialectología es la disciplina que se encarga de describir y explicar los dialectos, en los que una lengua se diversifica en el espacio y establece los límites, que le permitirán saber el empleo descriptivo de una lengua hablada.



Léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales transmitidos durante el programa “La Paloma Mensajera”.

Es por eso que se elabora el estudio de la dialectología para saber las variaciones que sufre una lengua en una época, a lo largo de la historia, de manera en la que esta ha ido construyendo dialectos o lenguas diferentes, explicando la propagación o no propagación de estos cambios en el ámbito geográfico de un lugar determinado. Se ha dado a conocer la dialectología y ahora hay que dar a conocer los niveles que componen una lengua, esto se explicara de forma detallada.

5.2 Niveles de la lengua

La lengua se dice que es la construcción social y es por eso que esta se divide en diferentes niveles, en el que el ciudadano le da un significado diferente, según en el entorno que se desarrolle. Es por eso que el uso de estos niveles dependerá del conocimiento que posea el hablante con su lengua. De aquí se forman los diferentes grupos o clases sociales que tienen un nivel diferente al hablar. A continuación se expondrán los siguientes niveles:

- Culto.
- Estándar.
- Coloquial.
- Popular.
- Jerga.
- Argot.
- tecnicismo - lengua técnica y científica.

5.2. 1 Culto

Dice García (1993) que “lengua culta deriva del uso de las actividades intelectuales tales como: literatura, ciencia y comunicaciones; no corresponde necesariamente al grupo de la clase social alta” (p.60). Este nivel es utilizado por un grupo de personas con un alto nivel, ya que estos son especialistas en la materia o áreas que entre ellos comparten



Léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales transmitidos durante el programa “La Paloma Mensajera”.

conocimientos e intereses mutuos, no perteneciendo al mismo estatus social, ya que en este nivel se refleja otra etapa de la lengua.

Es por eso que la expresividad de este en cualquier matiz del pensamiento de sus usuarios de una escala que va de una conversación a la comunicación literaria hasta la científica, crea una agradable comunicación, pues permite la amplitud en los diferentes temas que se quieran abordar. Cabe destacar que este nivel es el que proporciona el estatus social a cada individuo que está inmerso en un entorno muy culto.

5.2.2 Estándar

Dice Dubois (1979), que la lengua “es estándar cuando en un país dado se impone más allá de las variaciones locales o sociales hasta el punto de emplearse corrientemente, como el mejor medio de comunicación, por gentes susceptibles de utilizar otras formas o dialectos” (p. 244). Sin duda alguna la práctica de este nivel lleva a un punto en el que el individuo tiende a suprimir las diversidades del dialecto, por tanto es creador de una forma única de una manera estandarizada en el momento de hablar.

Es por ello que se dice que la lengua estándar es la que se impone en un país y que esta va más allá de las variaciones sociales que estén presentes, de tal modo que ha sido el mejor medio para la comunicación, por las personas que no pueden entender otro tipo de nivel de lengua.

5.2.3 Coloquial

Este nivel de lengua es también conocido como lengua popular puesto que el coloquio es sinónimo de conversación, por tanto podemos referirnos de las dos formas. Para comprender a profundidad este lenguaje contrastémoslo con las diferentes definiciones que dan los diferentes autores que a continuación presentamos.



Léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales transmitidos durante el programa “La Paloma Mensajera”.

Por otro lado García (1992); Español Básico, defiende que “en toda comunidad lingüística hay un ideal de lengua al que aspiran todos los hablantes y este es el modelo de lengua culta y el de lengua de prestigio; sin embargo, hay que destacar que dependerá del conocimiento que tenga el hablante de su lengua, y del desarrollo de su lengua, y del desarrollo de su competencia comunicativa en el que pueda usar adecuadamente en cada situación del habla el nivel que corresponda” (p.62). Es por eso que el coloquio que está establecido en situaciones cotidianas e informales que permiten expresar al hablante de forma relajada, ya que este no presenta atención a lo que pronuncia o el vocabulario que deba de utilizar para la elaboración de las estructuras oracionales.

Por otra parte hay que resaltar que el coloquio es la forma que las personas se comunican a diario, o sea, cotidianamente con las personas más cercanas, pues esta lengua se distingue de las otras que son más cuidadas y esmeradas al hablar, hasta de la lengua vulgar también se distingue en mayor amplitud.

5.2.4 Popular

Dice Lara, citado por García (1993), es nivel de la lengua que se caracteriza por no formar un marco de prestigioso para los hablantes y que por ello, resalta como una incorrección cultural. Se ha caracterizado por el predominio de regionalismos, y por una marcada intensidad de la pronunciación y entonación regional (p.61). Es el pueblo el que construye estas expresiones populares, pues en este se mantiene viva toda la herencia de nuestros antepasado, y de tal manera se ha venido conservando y evolucionando, es por esto que el lenguaje es nuestra historia, pero esta cambia a través del tiempo y del entorno en que cada individuo crezca y se desarrolle como hablante expresando las necesidades.

En este trabajo se pueden encontrar expresiones populares, estas son las expresiones que transmiten las personas al hablar, por ejemplo de forma culta uno al referirse a una mujer de edad mayor, se le dice mujer adulta, en el coloquio se le dice Doña o Señora, pero en lo popular es decirle Chavalona, por qué Chavalona, porque esta es una categoría que se



Léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales transmitidos durante el programa “La Paloma Mensajera”.

hace saber que aun esta mujer por ser adulta tiene rasgos de verse joven, una alusión a la juventud de una joven o popular adjetivando la palabra en chavalona.

5.2.5 Jerga

Según Richards (1997), “lo hablado o escrito por un grupo de personas que pertenecen a un oficio o presión, o cualquier otro grupo, unido por intereses (p.229). Es por eso que hay que entender que para hablar de jerga, se debe empezar que esta contiene su propio conjunto de palabras y expresiones, esto explica que pueden ser incomprensibles para las personas que no pertenecen a un determinado grupo en donde se utilicen estas, como ejemplos las jergas de los profesionales, los jóvenes, los adultos, los niños, en fin un sin número de jergas que están constituidas por un vocabulario especial que las caracteriza y las hace singulares a cualquier otro nivel de la lengua.

Se puede decir que la jerga fue en un inicio una forma de argot empleado en una comunidad, principalmente de cimientos marginales, en los cuales se dio la incomprensión por los que no manejaban este tipo de lengua hablada por este sector; es por eso que a este término se le designa como la lengua incomprensible de hablar.

5.2.6 Argot

Para Richards (1997), “el habla muy informal, despreocupada que emplea palabras y expresiones informales, pero expresivas” (p.36). Para algunos hablantes que utilizan el argot, es referirse al léxico que otros hablantes no pueden entender, porque no son iniciados en la comprensión de este. Se dice que es una variedad lingüística, usada en muchas situaciones informales entre personas del mismo oficio.



Léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales transmitidos durante el programa “La Paloma Mensajera”.

El desarrollo de este entre personas de un mismo oficio ha permitido establecer que este sea un dialecto social limitado al léxico, pues se da en las diferentes capas sociales que no se consideran iguales que a las demás, debido a que estos tienen inversión en los sonidos a la hora de hablar, utilizando diferentes códigos.

5.2.7 Tecnicismo - lengua técnica y científica

Son pocos los estudios que manejan el término Tecnicismo, pues en lugar de este exponen acerca de la lengua técnica, que a relevancia, es sinónimo de tecnicismo. De tal manera que la lengua técnica y científica se refiere a los vocablos que se emplean para la tecnología y la ciencia.

Sin embargo el estudio de García (1993) conceptualiza esta lengua como

“el conjunto de términos especializados para cada ciencia o técnica. Generalmente son términos cultos, de origen griego o latino, creados a propósito para designar instrumentos, inventos o fenómenos propios de cada área del saber. En otros casos se trata se trata de términos del lenguaje común a los que se le atribuye significados específicos. La finalidad de la creación de términos científicos es la de evitar la ambigüedad y los equívocos en las definiciones de cada ciencia” (p.63).

Los tecnicismos deben su nacimiento y uso a las personas que se dedican a una actividad profesional específica donde se presentan herramientas, recursos, actividades, estrategias, modelos, entre otros, que reciben un nombre que es utilizado por todas aquellas personas que se dedica a esa misma profesión. Después de haber hablado a los niveles de la lengua, se debe de pasar a otro punto importante en este trabajo, es saber acerca de la semántica.



Léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales transmitidos durante el programa “La Paloma Mensajera”.

5.3 Semántica

Hay que saber que la semántica es la ciencia que se encarga de hacer el estudio de los significados en los diferentes campos de lo que el ser humano expresa.

Según Berruto (1994) la semántica “será, a lo sumo, una parte de la semiología, y tendrá sus propios métodos de investigación y sus problemas específicos por resolver, que no son necesariamente los de la semiología” (p.15). La semántica es por lo tanto la ciencia que se caracteriza por descubrir, analizar e interpretar las transformaciones que sufren las palabras. Es decir, trabaja sus significados. Se puede decir en pocas palabras que la semántica, se dedicara a estudiar el plano del significado, es impredecible para este estudio en el que se pretende describir el léxico del habla nicaragüense en los anuncios publicitarios.

El estudio de esta teoría es la que permite saber la conformación de una lengua y como esta es la representación que condiciona la interpretación de los enunciados que conforman el lenguaje, siendo estos partes de la relación y referencias que tienen las palabras y sus significados entre sí. Sabiendo que es la semántica es hora de saber que es el significado, este se explicará en el siguiente párrafo.

5.3. 1 Significado

El significado de las palabras es la unión de las asociaciones verbales que evocan, los recuerdos de las palabras que tienen en su mente y los hace pensar inmediatamente a los hablantes.

De acuerdo con el concepto que da Dubois el significado aparece como sinónimo de concepto. El Signo lingüístico, tal y como lo concibe, es el resultado de la combinación de un significante y un significado o formulado de otro modo, de una imagen acústica y un



Léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales transmitidos durante el programa “La Paloma Mensajera”.

concepto” (1973, p. 558). Es de aquí en donde se comprende que el signo lingüístico, es la concepción de un resultado combinado entre un significante y un significado.

Esto permite que la persona pueda saber en su mente a la hora de escuchar una palabra al relacionarla, es de forma arbitraria, pues este asociará al significado con el significante, es decir la imagen acústica con un concepto de la palabra que se está empleando al buscar un término dado.

5.3.2 Tipos de significados

Los tipos de significados se exponen de la siguiente forma citados por Leech (1977): en el que cada uno contiene su misma explicación:

5.3.2.1 Conceptual, es el significado del contenido lógico, cognoscitivo o denotativo.

5.3.2.2 Connotativo, lo que se comunica en virtud de aquello a lo que el lenguaje se refiere.

5.3.2.3 Afectivo, lo que se comunica sobre los sentimientos y actitudes del hablante/escritor.

5.3.2.4 Reflejo, lo que se comunica merced a la asociación con otro sentido de la misma expresión.

5.3.2.5 Concolocativo, lo que se comunica merced a la asociación con las palabras que suelen aparecer en el entorno de otra palabra.

5.3.2.6 Temático, lo que se comunica por la forma en que el mensaje está organizado respecto del orden y el énfasis.

De los tipos de significados antes expuestos, el que se relaciona con esta investigación es el significado connotativo, pues el lenguaje toma una parte de la unidad



Léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales transmitidos durante el programa “La Paloma Mensajera”.

léxica, o de los posibles significados que puede tener una sola palabra referente al lenguaje. Después de saber los tipos de significados se pasará a lo que es el campo semántico.

5.3.3 Campo semántico

Para Martínez (2002), campo semántico “es un conjunto de unidades léxicas cuyos significados se relacionan sistemáticamente, al menos un rasgo semántico mínimo: por ejemplo, vereda senda, camino carretera, autovía, autopista, todos ellos vías de comunicación” (p.60). Es por eso que aquí suele relacionarse que existen entre un nombre y sus referentes. Todos estos son los elementos de los campos semánticos, ya que contienen relaciones en su solo contexto sin que el uso o contraste varíe, debido a que el sentido tiene ser objeto.

Esto determina como está constituido en la presentación de una cadena hablada, teniendo en cuenta la relatividad que existe entre un campo y otro en las áreas conocidas como la clasificación léxica que sistemáticamente poseen un rasgo en común, y se encuentran en una oposición inmediata entre sí. Ya aclarado lo que es un campo semántico, hay que tener presente las otras definiciones que se presentan en esta investigación, como lo es la Lexicología, el léxico y la lexicografía, estos más adelante se estarán desarrollando los conceptos.

5.4 Lexicología

Martínez (1995) presenta que la lexicología es “la ciencia que estudia el léxico de una lengua en su aspecto sincrónico” (p.254). Entonces, esta es la ciencia que estudia el léxico en su forma más expresiva. La importancia de este estudio, radica en que se opera, se visualiza, se describe e interpreta los cambios que el léxico tiene en su estado evolutivo con la lengua. Dicho de otra manera, la lexicología es el estudio científico del léxico, una disciplina que combina en si elementos de etimología, historia de las palabras, semántica y



Léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales transmitidos durante el programa “La Paloma Mensajera”.

estructura léxica, de la cual es de gran importancia para la creación de estudios de la estructura léxica y características de la lengua.

Es por eso que la lexicología se enfrenta a la necesidad de poder distinguir en el mundo actual las unidades de significación superiores a la de las palabras, por los cambios y la adopción de diferentes palabras incluyéndolas a nuestra habla.

5.5 Léxico

Aclara Dubois (1979), la palabra “léxico puede evocar dos tipos de trabajos un libro que comprende la lista de los términos empleados por un autor, por una ciencia o por una técnica, o bien un diccionario bilingüe reducido a la puesta en paralelo de las unidades léxica de las dos lenguas comparadas. (p. 389). Es así que el léxico forma parte de la lexicología, en donde se expresan los usos y desusos en el pasar del tiempo y su relación con la actualidad. Para la comunicación el léxico es de vital importancia, debido a que con este se expresa lo que se necesita o se desee manifestar a la hora de emitir un determinado mensaje en el acto de hablar.

Entonces se puede decir que el léxico es una conglomeración de hablantes que definan un vocabulario diferente, pues aquí se reserva para la lengua la información y para el habla el vocabulario, siendo este el que se emplea generalmente las unidades de significación no esencialmente gramaticales.

5.6 Lexicografía

La lexicografía se suele definir como la praxis de la lexicología que se ocupa de la elaboración de diccionarios. Sin embargo, la lexicografía como disciplina no se limita a la compilación de diccionarios sino que también engloba un importante cuerpo de estudios teóricos, conocidos normalmente como lexicografía teórica o metalexigrafía.

Martínez de Souza (2002) “es el arte y técnica de elaborar diccionario. Estudio léxico de una lengua” (p.224). Esta ciencia es la que se encarga de precisar el orden y categoría



Léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales transmitidos durante el programa “La Paloma Mensajera”.

gramatical de composición que lleva la elaboración de un diccionario. Esto dependerá del propósito con el que se elabore. Es decir la ciencia que se encarga de construir diccionarios a partir de una| macro y micro estructura, de acuerdo a los principios lexicográficos actuales.

La metalexigrafía estudia aspectos tales como la historia de los diccionarios, su estructura, su tipología, su finalidad, su relación con otras disciplinas (lexicología, sociolingüística, semántica, estadística e informática), la metodología de su elaboración y la crítica de diccionarios.

5.6. 1 Diccionario

Para Porto (2002), “un diccionario en sentido estricto es la descripción del léxico concebida a modo fichero, en que cada ficha viene a ser un artículo donde se estudia una determinada palabras. Esta particular estructura es consecuencia como hemos dicho de su finalidad pedagógico-practica o, en definitiva, del hecho de ser una obra de consulta, pues todo diccionario está concebido para resolver dudas acerca del vocabulario de una lengua” (p.35). Un diccionario es un libro que contiene una selección de palabras del vocabulario actual de una lengua. Es una selección de carácter sincrónico, realizada por un lexicógrafo o una comisión lexicográfica, en un lugar y un momento histórico determinado. Se puede decir que este no es una obra de referencia intemporal, debe ser acorde con la evolución de la mentalidad de los usuarios, como alcaldesa, que ya no es la mujer del alcalde sino la gerente de una alcaldía.

Se deja en claro que un diccionario es una obra de suma importancia, pues este permite recoger la determinada descripción de una lengua o de varias lenguas con relación entre sí. La manera de saber esta descripción es a través de la consulta, pues un diccionario se lee consultándolo y es así como el lector aprende a tener dominio de los medios de expresión y amplía su saber cultural.



5.6.2 Glosario

Para, Martínez (2002) expresa que “glosario es un repertorio de voces cuyo fin es explicar un texto medieval o clásico, la obra de un actor dialectal” (p. 206). Un glosario es un anexo que se agrega al final de libros, investigaciones, tesis o enciclopedias. En él, se incluyen todos aquellos términos poco conocidos, de difícil interpretación, o que no sean comúnmente utilizados en el contexto en que aparecen. Cada uno de estos términos viene acompañado de su respectiva definición o explicación.

De esta forma, un glosario no es lo mismo que un diccionario, aunque en ambos se encuentran palabras de significado quizás desconocido y tienen la característica de dar conceptos tienen una ligera diferencia: en el glosario sólo podemos encontrar términos desconocidos de un texto en un libro específico, mientras que en el diccionario podemos encontrar cualquier término. Son todas aquellas palabras desconocidas o las más importantes de dicho texto.

5.6.3 Macroestructura de los diccionarios

Todo diccionario esta hecho esencialmente de una macro – y micro estructura, para su uso y comprensión. Este aspecto es de suma importancia para que se puedan identificar las entradas, las locuciones verbales, sustantivas, adjetivas, interjectivas y adverbiales. Esto se retoma aspectos relacionados a su estructura.

Para esta estructura, Porto (2002) conceptualiza, “el conjunto de palabras pertenecientes a una lengua también estará en el cómo de hecho así ocurre en la práctica lexicográficas, las palabras gramaticales, como los pronombres o los elementos de relación”. (p.137). Cuando se refiere al término palabra va en dependencia del nivel del lenguaje en la pongamos: en la escritura, en el discurso o en el sistema, lo que nos hace



Léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales transmitidos durante el programa “La Paloma Mensajera”.

postular tres diferentes conceptos de palabras que podemos denominar, respectivamente palabras gráficas, fonológicas o de discurso y léxico gramatical o de sistema.

Hablar de la palabra léxico gramatical, la unidad abstracta perteneciente al sistema de la lengua con la que se identifican todas las formas o variantes pertenecientes al único paradigma flexional, formar por la que en su parte, no son otras cosas que palabras del discurso.

Las locuciones verbales consisten en sintagmas cuyo núcleo es un verbo conjugable. En las locuciones nominales infinitas el verbo siempre va en forma personal, de suerte que la locución hace oficio de predicado, esta puede estar constituida por un verbo transitivo, intransitivo o copulativo. En muchas ocasiones exigen un complemento, por ejemplo, de echarle los perros (a alguien) dar al traste/ con algo/, tomarle el pelo (a alguien) poner a alguien (de patitas) a la calle, etc.

Existe un caso particular de locuciones verbales es el presentado por las que Corpas, llama Clausulas, este es representado por aquello que incluye entre sus componentes el sujeto gramatical; así, caerse a uno la cara de vergüenza, írsele a uno el santo al cielo, írsele a uno de cabeza, salirse a uno el tiro por la culata.

5.6.4 Microestructura de los diccionarios

La micro estructura de los diccionarios es de vital importancia en el estudio del léxico, ya que sin él sería imposible su entendimiento. El objeto de este es el artículo lexicográfico que aporta las informaciones al léxico. Estos conceptos son tomados de Porto.

Para Porto (2002), “El contenido y organización de un artículo lexicográfico, que es lo que constituye la microestructura del diccionario, varía de unas obras a otra, pues depende, lógicamente, del tipo de diccionario a que corresponda eses artículo. (p. 182). Es por eso que el artículo lexicográfico es que ofrece las diferentes informaciones que pueden referirse a múltiples aspectos semánticos.



Léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales transmitidos durante el programa “La Paloma Mensajera”.

Las partes del artículo son; la enunciativa y la informativa: una dice que está constituida por la palabra que sirve de entrada viene a ser, el tema o punto de partida, al que se refiere el lema o la información nueva representada por la parte informativa, está por su parte, se refiere entre otro punto a la pronunciación, caracterización, etimología y la significación de la palabra entrada.

5.6.4.1 Etimología

Para Dubois (1979) “es la búsqueda de las relaciones que unen a una palabra a otra unidad más antigua de la que precede” (p. 258). Dicho de otra manera es la disciplina que se ocupa de la formación de las palabras y mediante la cual se reducen unidades más recientes a términos ya conocidos.

La etimología tiene como objetivo principal la evolución de las palabras a través del tiempo, remontándose principalmente a su origen, más allá de los límites del idioma, averiguando originalmente la naturaleza de la palabra.

5.6.5 Marca gramatical

Según Porto (2002) “las marcas gramaticales corresponderán, por ejemplo a la indicación de la categoría o subcategoría o, también, como se hace en algunos diccionarios” (p.252). Esta marca es la que explican los componentes a la hora de realizar un análisis léxico.

5.6.5.1 Sustantivo

Según el manual de gramática básica (2010) el sustantivo “es una categoría léxica que se define en función de criterios morfológicos y semánticos” (p. 61).

5.6.4.4 Adjetivo

Según el manual de gramática básica el adjetivo (2010) “es el núcleo de los grupos adverbiales que funcionan como modificadores del sustantivo” (p.69).



Léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales transmitidos durante el programa “La Paloma Mensajera”.

5.6.4.5 Verbo

Según el manual de gramática básica el verbo (2010) “es el que informa sobre la organización interna de las situaciones en relación con tiempo” (p.164).

5.6.4.6 Grupo preposicional

Según el manual de gramática básica (2010) “es una construcción sintáctica cuyo núcleo es el adjetivo que puede recibir modificadores y complementos” (p.185).

5.6.4.7 Grupo nominal

Según el manual de gramática básica (2010) “es el que se obtiene el significado de las piezas léxicas que componen una oración, así del modo que estas se combinan” (p. 183).

5.6.4. 8 Sustantivo

Según el manual de gramática básica (201) “es el que forma grupos nominales capaces de contraer varias funciones sintácticas, tales como las del sujeto” (p.61).

5.6.5 La marcación

Según Porto (2002) dice que: “la marca forman partes de un conjunto de indicaciones de tipo secundario, que acompañan a las definiciones en el artículo lexicográfico” (p. 250). Estas son las formaciones concretas sobre lo muy diversos tipos de particularidades que restringen o condicionan el uso de la unidades léxicas, por otro lado consiste en una serie de expresiones utilizadas a lo largo de toda la obra, constituidas casi siempre por frases estereotipadas, abreviaturas, signos especiales o ciertos recursos gráficos (por ejemplo un tipo o tamaño de letra especial) cuya misión es “marcar” o destacar una palabra o acepción frente a otras.



Léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales transmitidos durante el programa “La Paloma Mensajera”.

Esta marcación es la que explica la información concreta que condiciona el uso de las unidades léxicas, en cuanto a la pertenencia de una determinada categoría gramatical o semántica. Es por eso que la marca representa un tipo de indicaciones complementarias al artículo lexicográfico.

5.7 Planta del DEN

La planta del DEN es un aporte de valiosísimo significado a nuestro español, con una bagaje lexical inmerso que muestra la cotidianidad de nuestro pueblo en sus diferentes ámbitos. Estas palabras que a diario se inventan y re inventa la sociedad para denotar una realidad próxima o no muy lejana. No se debe olvidar que la lengua es un elemento vivaz que está en constante cambio, este cambio que genera diferentes variantes que hacen posibles nuestra comunicación.

Especifica Arellano F (2009), “cómo disfrutar en esta tarea de buscar, analizar y desentrañar los significados de nuestras palabras, si allí nuestra cultura, con sus tradiciones, realizaciones y contradicciones” (p.14). La planta del DEN es una obra que resalta la idiosincrasia de nuestro pueblo a la hora de hablar o denotar una realidad circunscrita. Es de vital importancias este diccionario, ya que abre debidamente las puertas hacia muchos estudiosos de la lengua nicaragüense en específico nuestro léxico utilizado por los diferentes estratos sociales.

5.7. 1 Conceptos de planta

Según Arellano F (2009), “*El Diccionario de Español de Nicaragua*, DEN, recoge y presenta nuestras palabras, para conocimientos y consulta de nicaragüense, mujeres y hombres de todas las edades, oficios y profesiones; y también para el análisis de los estudiosos de la léxico grafía panhispánica” (p.15). Este diccionario también trae aportes de



Léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales transmitidos durante el programa “La Paloma Mensajera”.

gran importancia para el *Diccionario de americanismo*, DA. Este también recoge palabras que se dicen en América y que también comparten con Nicaragua y están presentes aquí.

Este trabajo evidencia lo que se ha venido expresando durante la realización de este trabajo, pues el léxico es parte de todos los nicaragüenses que han venido innovando en la realización de este diccionario.

5.7.2 En que consiste la planta del DEN

La planta del DEN para Arellano F (2009), “por su propósito y aspiración, el DEN se ha basado en una planta que es, en esencia, una combinación de la planta del *Diccionario de la lengua española* con la del *Diccionario de americanismos*, aunque también prescindieron de algunos elementos e incluyen otros que las prácticas y el que hacer han demandado” (p.15). EL DEN está compuesto de una microestructura donde entran los lemas siguientes: nicaragüismos, palabras cuyos étimos provienen de nuestra lengua indígena.

Palabras que a diario utilizan los nicaragüenses a la hora de hablar en los diferentes ámbitos de la sociedad, estos forman parte de un amplio y arduo estudio para obtener estas palabras.



Léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales transmitidos durante el programa “La Paloma Mensajera”.

5.8 Características del léxico nicaragüense

Nuestra lengua al igual que todas no está estática, ya que esta está en constante evolución lo que hace que nuestro léxico sea rico y abundante, gracia a nuestra capacidad creadora, perspicaz e imaginativa. Expresa Mantica (1989) “la invención: como instrumento de expresión. La segunda gran característica del habla nicaragüense, es precisamente su extraordinaria capacidad creativa. No solo un idioma mal empleado, sino un lenguaje nuevo, un idioma continuamente inventado” (p.140). El español nicaragüense tiene su base léxica en el castellano, sin embargo las palabras derivadas de esta lengua presenta variación en el significado, el habla nicaragüense ha hecho evolucionar una serie de palabras que derivadas del español adquieren un significado propio. Esto quiere decir que en el léxico nicaragüense se utilizan palabras que en el español peninsular tienen otro significado.

Se ha conceptualizado todas las partes que lleva la base teórica que compone este trabajo léxico, en donde su principal función es la de saber cada concepto que arma la herramienta básica para poder entender el español nicaragüense.

Por otra parte se toma otra base teórica en donde parte lo que es la publicidad y la radio, de esta manera se podrá entender la conexión del léxico y la publicidad en este trabajo.



Léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales transmitidos durante el programa “La Paloma Mensajera”.

5.9 Publicidad

Para Arens (2000) la “es una comunicación estructurada y compuesta, no personalizada, de la información que generalmente pagan los patrocinadores identificados, que es de índole persuasiva, se refiere a productos (bienes, servicios e ideas) y se difunden a través de diversos medios” (p.7). Es por esto que la publicidad tiene el propósito de iniciar y conservar el contacto con sus clientes y prospectos, ya que las organizaciones se sirven de varias herramientas de la comunicación. Se debe de entender que la publicidad es un tipo de comunicación y es forma estructurada de la comunicación aplicada; es por eso que esta va dirigida a un grupo de personas y no a los individuos.

La publicidad llega a través de un canal de la comunicación llamado medio, entre los medios más utilizados que son los ordinarios masivos: la radio, televisión, revistas, periódicos y espectaculares para transmitir mensajes, siendo los receptores la principal fuente de interés para la publicidad.

5.9. 1 La comunicación: Por qué la publicidad es única?

McCannErickson citado por Arens (2000) expresa que “ante todo, la publicidad es comunicación, una forma especial de ella, es la verdad bien dicha”. Ello significa que los anunciantes y los publicistas que contratan y trabajan, buscan el proceso comunicativo de la publicidad, el cual nace del proceso de la comunicación humana” (p.8).

Hay que recordar que este proceso de comunicación es cuando el hombre siente la necesidad de supervivir ante el medio en el que se desarrollaba, porque de esta manera se puede comunicar con los demás. Por eso durante el estudio de la comunicación, hay que recordar que este proceso empieza por cuando el interlocutor, es denominado como la fuente, este formula una idea, la codifica en un mensaje y la envía a través de un canal a otro interlocutor que es el receptor.



Léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales transmitidos durante el programa “La Paloma Mensajera”.

5.9.2 Aplicación del proceso de la comunicación a la publicidad

Stern citado por Arens (2000) dice que “la publicidad es un tipo de texto literario estructurado, algo más que una modalidad distinta de la comunicación espontánea del habla” (p.9). Es por eso que este es un modelo que se propone de manera más compleja, ya que este toma de la tradición oral, pero aplicado directamente a la publicidad y de esta manera se vuelve un comercial compuesto.

Se pone en evidencia que la publicidad es un medio masivo de la comunicación, porque masivo, porque este brinda una gama de oportunidad al mundo para expandir la comunicación de forma vertiginosa.

5.10 La radio

Según Arens (2000), la radio “es un medio personal y directo; la gente la escucha a sola. Y la radio es móvil. Puede entretener a las personas mientras conducen un vehículo, mientras caminan, cuando se encuentran en casa o lejos de ella. Es un poderosísimo medio para llegar a los que diariamente se dirigen a su trabajo en automóvil” (p.497). La radio es un medio muy rentable, la publicidad radiofónica ha aumentado más que cualquier otro medio.

La radio tiene como fin dar un lenguaje claro para que el radio escucha pueda captar el mensaje, pues este lleva un código, normas y reglas que le dan sentido a este lenguaje, ya que este debe ser exclusivamente basado en el sonido de las palabras y la música en dirección de los oyentes, en cuanto a este trabajo es el léxico que se usa para elaborar los anuncios publicitarios.



Léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales transmitidos durante el programa “La Paloma Mensajera”.

5. 10.1 Programación de la radio y las audiencias

Cada estación de radio planea cuidadosamente su programación, para que de esta manera pueda llegar a determinados mercados y captar el mayor número de escuchas, por eso va en dependencia de la audiencia.

Según Russell, (2005) “la radio es un medio ideal para el marketing segmentado del siglo XI. En muchos aspectos, la radio fue la predecesora de muchas de las estrategias localizadas de marketing y publicidad que tanto se utilizan hoy en día

De acuerdo con el Radio Marketing Bureau, algunos de los elementos principales de interés para los anunciantes son los siguientes:

- Una de las mayores fortalezas de la radio es su habilidad para entregar la publicidad a audiencia muy selectiva.
- La radio llega a la población durante varias hrs al día.
- La publicidad influye en los consumidores más cercanos al tiempo de compra.
- La radio llega a usuarios ligeros de otros medios.
- La radio funciona bien con otros medios.
- Mucha de la escucha de la radio sucede fuera del hogar.
- La radio entrega patrones consistentes de escucha.
- La radio brinda a los anunciantes tanto inmediatez, proximidad como flexibilidad.” (p.262).

Se puede ver claramente como la radio viene a ser un medio de sumo interés para los promotores o anunciantes de dicho producto, de esta manera la radio se ha venido



Léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales transmitidos durante el programa “La Paloma Mensajera”.

desarrollando como un medio masivo con excelente resultados de marketing , teniendo a su disposición grandes audiencias y una gran virtud es como lo dice Russell, que la mayoría de los oyentes no se encuentran en sus hogares al momento de escuchar la radio, podría ser que vayan en su vehículo , en el bus, o en algún centro comercial haciendo esto muy ventajoso porque el promocional ya no necesitara sacarlos de sus casas, haciendo más latente la posibilidad y la facilidad de compra de algún producto, porque al estar fuera de sus hogares se podrían desviar a comprar o bien podrían pensar en aprovechar el viaje una vez que ya escucharon el promocional de la radio. A parte de eso la radio se acompaña muy bien con otros medios así como las vallas y rótulos publicitarios refuerzan un anuncio de radio o viceversa, de esta forma la radio es muy ventajosa en cuanto al marketing, no podemos dejar por un lado la gran cantidad de audiencia que posee.

Russell (2005), habla sobre las desventajas de la radio enumerándolas así:

Desventajas

- 1- Sin un componente visual, la radio a menudo le falta el impacto de otros medios. Además muchos escuchas utilizan la radio como “fondo” en lugar de prestarle toda su atención.
- 2- Las pequeñas audiencias de la mayoría de las estaciones de radio requieren compras numerosas para lograr el alcance y la frecuencia aceptables.
- 3- Las investigaciones adecuadas acerca de la audiencia no siempre están disponibles, especialmente entre muchas estaciones pequeñas dentro del mercado.

Es claramente la exposición que nos hacen sobre las desventajas de radio, pero hay que resaltar el enfoque de estas desventajas ya que prácticamente hace más referencia a radios pequeñas, en otras palabras se refiere a las estaciones no posicionadas, porque si hablamos de radios posicionadas podríamos decir que estas desventajas están superadas excepto la falta de impacto visual, que es un déficit de la radio. (p.252).



Léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales transmitidos durante el programa “La Paloma Mensajera”.

5. 11 Marco Conceptual

Este marco conceptual se expone conceptos relacionados con la cultura y publicidad, y radio y cultura, en los cuales se dice la relación que tiene en común. Antes de exponer estos hay que aclarar que es cultura, siendo estos conceptos claves para poder entender bien un punto importante en este trabajo.

Para Gallino (1995) “la cultura es un patrimonio intelectual y material, casi siempre heterogéneo, pero a veces relativamente integrado, a veces por el contrario antagonista en general durable pero sujeto a continuas transformaciones de acuerdo con la naturaleza de sus elementos y de las épocas constituidas” (p.243). En si la cultura es la reproducción social que el hombre ha adquirido en el paso del tiempo, esta ha sido heredadas por las generaciones pasadas y que aún se preserva en nuestro sistema social actual.

Proyecto Ayuda a Empresas (2012) dice que “la publicidad y la cultura popular están profundamente interrelacionadas. La publicidad refleja y legitima elementos culturales, comportamientos y roles sociales” Son estos los que nos permiten tener un amplio mundo sobre el entorno que nos rodea y en este caso es saber cómo nuestra propia identidad va de la mano con la publicidad que mueve masa y confluyen en ese espacio de unión entre el individuo y la sociedad que lo rodea.

Muchas veces la publicidad hace énfasis en cambiar la mentalidad del consumidor, pero este no cambia si esa fuerza es imponente, ya que existe un cambio sí y solo si este individuo este predispuesto al cambio. Esto ira en dependencia de como la cultura vaya transformándose.

Por otra parte Scherzon (2014) dice que “la radio ha formado y forma parte de la vida de muchos seres humanos, de su educación, de su entretenimiento, de su acceso fácil y barato a la cultura y muy especialmente a la música, una vez que la literatura o el teatro perdieron su fuerza, tan decisiva en las ondas hace ya demasiados años”. Es muy claro el impacto social que posee la radio, por ser uno de los medios de comunicación con mayor influencia



Léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales transmitidos durante el programa “La Paloma Mensajera”.

en el público, virtud que se ha ganado a lo largo de los años por ser uno de los medios más viejos e influyentes en la rama de la comunicación, como se sabe no hay una ayuda visual en la radio por lo tanto es sumamente fundamental poder crear una conexión con el oyente o bien su público, para así poder crear la imagen en sus mentes de lo que se les quiere proyectar.



Léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales transmitidos durante el programa “La Paloma Mensajera”.

5. 12 Marco espacial

Managua es la capital de Nicaragua, en donde su historia se remonta al 24 de marzo de 1819, en la cual se le da el título de “Leal Villa de Managua”, emitido por el Rey Fernando VII en Madrid, España. Managua es elevada a ciudad por Ley Legislativa del 24 de julio de 1846 emitida por la Asamblea Nacional Constituyente del Estado de Nicaragua.

El 5 de febrero de 1852, el Senador Sr. Francisco Vega firmó en la ciudad de Granada, el Decreto que ordenaba la traslación del gobierno a la ciudad de Managua Capital del estado, por ser esta el lugar de residencia ordinaria del gobierno. Desde entonces y según esa fecha Managua queda constituida como capital de la República de Nicaragua.

La capital creció de forma rápida en la economía en su elevación, en el ambiente político se crearon condiciones para separar a esta del departamento de Granada en donde se encontraba situada, pero hasta el 25 de febrero del 1875 el presidente Pedro Joaquín Chamorro erigió a esta como el departamento de Managua. Fue hasta 1995 mediante la Ley de la República en los que se fijaron por primera vez los límites oficiales de todos los municipios que conforman en sí a Managua como departamento.

Actualmente esta cuenta con una población de 1 817 096 habitantes, según el censo del 2004 en su área metropolitana. Esta limita al Norte con el lago Xolotlán, al Sur con San Marcos y San Rafael del sur, a Este con Tipitapa, Nindirí y Ticuantepe y la Concepción, y finalmente al Oeste con Villa Carlos Fonseca y Mateare.

La cultura de Managua es muy amplia, ya que esta posee uno de los legados folklóricos y tradiciones de mucho arraigo; costumbres, idiosincrasia y gastronomía, siendo estas las bases que la identifican como un pueblo alegre, solidario, trabajador y sobre todo con gente optimista que ha logrado superara todas las adversidades a través del paso de los años.



Léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales transmitidos durante el programa “La Paloma Mensajera”.

Los principales centros de cultura con los que cuenta Managua son: El Teatro Nacional Rubén Darío, Palacio Nacional de la Cultura, Centro Cultural Managua, Escuela Nacional de Danza.

En el mes de Agosto se celebran las fiesta patronales en honor a Santo Domingo de Guzmán, estas se llevan a cabo del 1ero al 10 de Agosto de cada año, esta consiste en una verdadera representación de la cultura, el folklor y la religiosidad que envuelve a todo un pueblo que se llena de algarabía al grito de “Viva Santo Domingo el patrón de Managua, Viva”.

Su Gastronomía es muy exquisita en comidas y bebidas típicas, ya que al igual del resto del país aquí se puede degustar ricos platos como: Gallo pinto, Vigorón, Baho, Nacatamal, Caballo Bayo, Sopa de Mondongo, etc. Las bebidas que deleitan el paladar tales como: Cacao, la Chicha, el Pinolillo, la Chicha Bruja y los dulces que cada nicaragüense puede saborear: almíbar, icaco en niel, pio quinto y tres leches.

Después de saber un poco de Managua es necesario saber el inicio de la Radio Ya en nuestro país. En 1990 el 25 de febrero después de la derrota del gobierno sandinista, fue la razón principal para la fundación de la Radio Ya.

La voz de Nicaragua como antes se llamaba era una de la emisoras con mayor auge y un precedente exitoso, pues en la distribución de poderes durante la confiscación de las emisoras se conformó la corporación de Radiodifusoras Barricada, en la que estuvo a cargo Carlos Guadamuz.

Guadamuz contando con suficiente apoyo financiero y político estructuró una sólida programación haciendo de la voz de Nicaragua la emisora de mayor impacto, de tal modo que La voz de Nicaragua invadía con su programación los cuatro puntos cardinales del país. La voz de Nicaragua llevo a sus predios a Edgard Tijerino, Otto de la Rocha, Adrián Roque, Roberto González, Teatino Santana, Carlos Reyes, Enrique Armas, Luis Cabrera, Pepe Áreas, Pepe Ruiz, Gixa Torres y Noel Fuentes, talentos excepcionales que conformaron esta emisora.



Léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales transmitidos durante el programa “La Paloma Mensajera”.

Se debe de destacar que el principal elemento de los artistas que aún perduran en la Radio Ya es el señor Otto de la Rocha que con su entusiasmo de siempre y su alegría desbordante, ha cautivado a los nicaragüenses con La Palomita Mensajera, recurriendo a los dobles sentidos, haciendo malabarismos con el lenguaje popular, este es transmitido a diario a las cinco de la mañana, y va dirigido al buen nica que tenga sobre todo la perspicacia de entender el doble sentido con el que habla Otto de la Rocha y sobre todo la publicidad que elabora para las empresas nacionales.

Esa publicidad que va impregnada de lenguaje técnico, jergas, argots, estándar y coloquialismo, ya que de este se nutre la importancia del habla ingeniosa nicaragüense, para poder llegar a un público meta en los cuales sobre salen: conductores, pasajeros, amas de casa entre otros que son parte del segmento que van dirigidos estos anuncios.



Léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales transmitidos durante el programa “La Paloma Mensajera”.

6. Planteamiento del problema

Debido a la imagen que representa Otto de la Rocha como figura nacional e icono de la cultura nicaragüense y conociendo sus gustos por el habla popular, se decidió abordar esta temática, en la cual encontramos una gran variedad de riqueza léxica, es de esta manera que se llevó a cabo un estudio que permitiera ver ese léxico que se emplea en los anuncios publicitarios nacionales que se transmiten durante el programa de la Paloma Mensajera.

Es importante tener en cuenta que este tipo de trabajo como el que realiza don Otto de la Rocha, rescata y valora el habla popular nicaragüense y muchos hoy en día están ignorando y se podría decir hasta olvidando nuestra habla popular, utilizando neologismo y anglicismos, palabras provenientes de otras culturas. Es por esto que se dio la tarea de analizar y estudiar el léxico que se aborda en la producción de estos anuncios.

Y por tanto se eligió elaborar el siguiente estudio:

¿Cuál es el léxico empleado en los anuncios nacionales que se transmiten durante el programa “La Paloma Mensajera” a través de Tu Nueva Radio Ya en el período de enero a agosto del 2016?



Léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales transmitidos durante el programa “La Paloma Mensajera”.

7. Preguntas directrices

1. ¿Qué vocablos son empleados en el léxico publicitario de los anuncios nacionales?
2. ¿Cuáles son los campos semánticos que contiene el léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales?
3. ¿Qué vocablos del léxico son empleados en los anuncios publicitario nacionales están registrados en el DEL, DEN, DA y DICA?
4. ¿Cuál es la información gramatical y semántica de los vocablos en el léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales?
5. ¿Cuál es el aporte cultural que representa el léxico publicitario empleado en los anuncios nacionales para la cultura Nicaragüense?



Léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales transmitidos durante el programa “La Paloma Mensajera”.

8. Diseño metodológico

8.1 Tipo de investigación

Según el nivel de profundidad de esta investigación es de carácter descriptivo, no probabilístico por conveniencia, la elección de los elementos no depende de la probabilidad, sino de causas relacionadas con las características de la investigación o quien hace la muestra, es por eso el porqué de la investigación descriptiva, también conocida como la investigación estadística, la finalidad fue caracterizada y descrita léxicamente al momento del estudio de las palabras empleadas en los anuncios publicitarios nacionales.

Se tomaron datos relevantes acerca del léxico (palabras) que se utilizaron a la hora de grabar los anuncios publicitarios nacionales, obtenidos gracias al corpus de la grabación de los anuncios.

Esta investigación es transversal, ya que se llevó a cabo en un tiempo determinado que fue durante enero a agosto del 2016.

8.1.2 Universo y Muestra

8.1.2.1 Universo

Según Sampieri (2010), el universo “es el conjunto de todas las cosas que concuerdan con determinada especificación” (p. 239). Los términos población y universo se usan indistintamente para referirse a un conjunto de individuos, sin embargo existe una ambigüedad aparente pues también se refiere a conjunto de características y modelo teórico.

El universo está conformado por los anuncios publicitarios nacionales transmitidos durante el programa “la paloma mensajera” en Tu Nueva Radio Ya.



Léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales transmitidos durante el programa “La Paloma Mensajera”.

8.1.2.2 Muestra

Para Sampieri (2010) “La muestra es, en esencia, un subgrupo de la población. Digamos que es un subconjunto de elemento que pertenece a ese conjunto definido en sus características al que llamamos población” (p. 175). En esta investigación no hubo una población que estudiar, sino el estudio mediante la recopilación de 12 anuncios publicitarios nacionales no probabilístico por conveniencia, por el acceso a la información.

8.2 Método

Método analítico: no estudia el objeto deseado en su totalidad, sino que lo hacen en fracciones más pequeñas, para luego relacionarse entre sí.

El método que se utilizó fue analítico, ya que se analizó a través del instrumento fue la recopilación de 12 anuncios publicitarios nacionales. El objetivo de esto no es aprender la elaboración de los anuncios, sino analizar el léxico que utilizan al grabarlos.

Este trabajo es rico en léxico, ya que es un análisis lexicográfico de los anuncios publicitarios nacionales.

8.2.1 Métodos especializados

Contrastivo

Aquí se examinó cada lema encontrado, con el objetivo que su significante y significado no se reflejaran en el Diccionario de la lengua española, en el Diccionario del español de Nicaragua, ni el Diccionario de americanismos y tampoco en el Diccionario de centroamericanismos.



Léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales transmitidos durante el programa “La Paloma Mensajera”.

Lexicográfico

En este método se aplicó la planta del DEN (Diccionario del español de Nicaragua), a cada uno de los lemas encontrados, esta técnica empleada que permitió definir cada lemas con su respectiva información.

Semántico

Con este método se pudo analizar los cambios que han tenido las diferentes palabras encontradas en el estudio, y de esta manera agruparlas por campos semánticos para ir viendo los diferentes significados, después pasar a la definición de las que no fueron encontradas en los diferentes diccionarios.

8.3 Instrumentos

Los instrumentos utilizados en esta investigación fueron un cuaderno de apuntes en el cual se iba anotando cada paso de la investigación, una computadora, esta sirvió para la elaboración de la investigación, una memoria USB, aquí se iba guardando cada mejora del trabajo que se realizó, grabadora del celular, con este aparato tecnológico permitió obtener y guarda las grabaciones de los anuncios publicitarios.



Léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales transmitidos durante el programa “La Paloma Mensajera”.

8.4 Método de Análisis

Este método se usó durante el proceso de investigación para el análisis e interpretación del léxico recopilado a través de los anuncios grabados, además para seleccionar la información que se iba a utilizar, todo esto permitió obtener la información necesaria para el estudio.

8.5 Método de Síntesis

Una vez que se realizó el análisis, este sirvió para resumir los aspectos más importantes relacionados con el estudio que ayudó a estructurar el marco teórico, permitiendo ordenar cada concepto que ayuda a entender de una mejor manera la teoría de la investigación, de esta manera se hizo la realización de conclusiones y recomendaciones que permitieron tener en cuenta la importancia del léxico nicaragüense.

8.6 Bibliográfico

Los métodos de la información bibliográfica, son aquellos que ayudan al investigador obtener la fuente registrada en determinados documentos para llevar a cabo su propia investigación, es así que este es de vital importancia para fortalecer teóricamente el contenido de toda la investigación. Es de aquí en donde se puede verificar de forma fiel cada concepto que permite tener un amplio conocimiento de que trata la investigación.



Léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales transmitidos durante el programa “La Paloma Mensajera”.

Técnica para la recolección de la información

Para cada método se elaboró una técnica diferente, las cuales permitieron obtener la información necesaria y llegando a obtener éxito.

Se realizó una visita a las instalaciones de Tu Nueva Radio Ya, en este lugar se logró hablar con el señor Otto de la Rocha, este comento acerca de su trayectoria como artista y locutor, se logró obtener el permiso para poder adquirir los anuncios, los cuales eran 21, algunos estaban repetidos, de aquí se logró extraer 12 anuncios por medio de la escucha de estas cuñas, permitiendo llegar a seleccionar el corpus 112 vocablos, por el cual se empezó este estudio.

Esta recopilación del corpus se expuso en el anexo 13. 1, todos los mensajes que se transcribieron.



Léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales transmitidos durante el programa “La Paloma Mensajera”.

9. Análisis y discusión de los resultados

En este capítulo se organizaron y analizaron los datos obtenidos a través de la grabación de los anuncios.

En el primer acápite se presenta el corpus recopilado del léxico que emplean al grabar los anuncios publicitarios nacionales.

En el segundo apartado se organiza el corpus por campo semántico, mediante los cuales se agrupan las palabras por la relación de significado referencial que se establece entre estas.

En el siguiente sub capítulo se compara el significado de cada palabra recopilada en la investigación del léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales que se transmiten durante el programa “La Paloma Mensajera” a través de Tu Nueva Radio Ya en el periodo de enero a agosto del 2016, contrastándola con el *Diccionario de la lengua española* (2013), *El Diccionario del español de Nicaragua* (2009), *el Diccionario de Americanismo* (2010), y *el Diccionario de centroamericanismos* (2016), con el objetivo de identificar las palabras que no se encuentran registradas o que aparecen con significado diferente.

Después de realizar la Contrastividad, se realizó un glosario con los términos que no están registrados o que aparecen con significado diferente en el *Diccionario de la lengua española* (2015), *Diccionario del Español de Nicaragua* (2009), *el Diccionario de Americanismo* (2010), y *el Diccionario de centroamericanismos* (2016).



Léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales transmitidos durante el programa “La Paloma Mensajera”.

9.1 Léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales que se transmiten durante el programa “La Paloma Mensajera”.

A continuación se expone el corpus compuesto por 112 vocablos, los cuales se refieren a los diferentes anuncios nacionales que se transmiten durante el programa de “La Paloma Mensajera” como pauta publicitaria.

Vocablos:

1. Al garete
2. Agua de buda
3. Aceite de almendras
4. Aceite fino
5. Ahorita
6. Aguantar
7. Alambre de púa
8. Acerar
9. Acidez
10. Articulación
11. Artritis
12. Alcohol gel
13. Aliviar
14. Animal
15. Bolo
16. Barriga
17. Boca
18. Baño
19. Bajísimo
20. Botellita
21. Bota de hule
22. Barbará



Léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales transmitidos durante el programa “La Paloma Mensajera”.

23. Construcción
24. Clavo
25. Cercar
26. Cinta
27. Correcto loco
28. Contar un cuento
29. Currucuchita
30. Campesino
31. Cuerpo
32. Casamentar
33. Chino
34. Chavalona
35. Chistata
36. Chigüín
37. Dañino
38. Dinero
39. Dolor
40. Dosis
41. De película
42. De mis amores
43. Estoy como nueva
44. Estaño
45. Enfermo
46. Estómago
47. En dos patadas
48. Fresquito
49. Ferretería
50. Finca
51. Farmacia
52. Gotita



Léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales transmitidos durante el programa “La Paloma Mensajera”.

53. Ganado
54. Gasto
55. Gas
56. Guaro
57. Hoja
58. Lombriz
59. Laboratorio
60. Limpiar
61. Laxante
62. Llamar
63. Leche magnesia
64. Lavar
65. Mano
66. Muela
67. Mágica
68. Moler
69. Maíz
70. Máquina
71. Material
72. Mal de orín
73. Medicina
74. Muerte
75. Muñeca
76. Muscular
77. Muy muy barato
78. No hay donde perderse
79. Oído
80. Orinar
81. Obrero
82. Parásito



Léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales transmitidos durante el programa “La Paloma Mensajera”.

83. Prestigio
84. Porte
85. Precio
86. Potrero
87. Pulpería
88. Pinolero
89. Persona
90. Pajuelilla
91. Planta
92. Purgar
93. Pegar una prensada
94. Panzón
95. Riales
96. Raflá
97. Rollo
98. Raíz
99. Remedio
100. Reumatismo
101. Solución
102. Súper bono
103. Tricocéfalo
104. Toditita
105. Tableta
106. Tambor
107. Trabajo
108. Uncinaria
109. Ulcera
110. Vender al detalle
111. Vender al mayoreo
112. Yunai



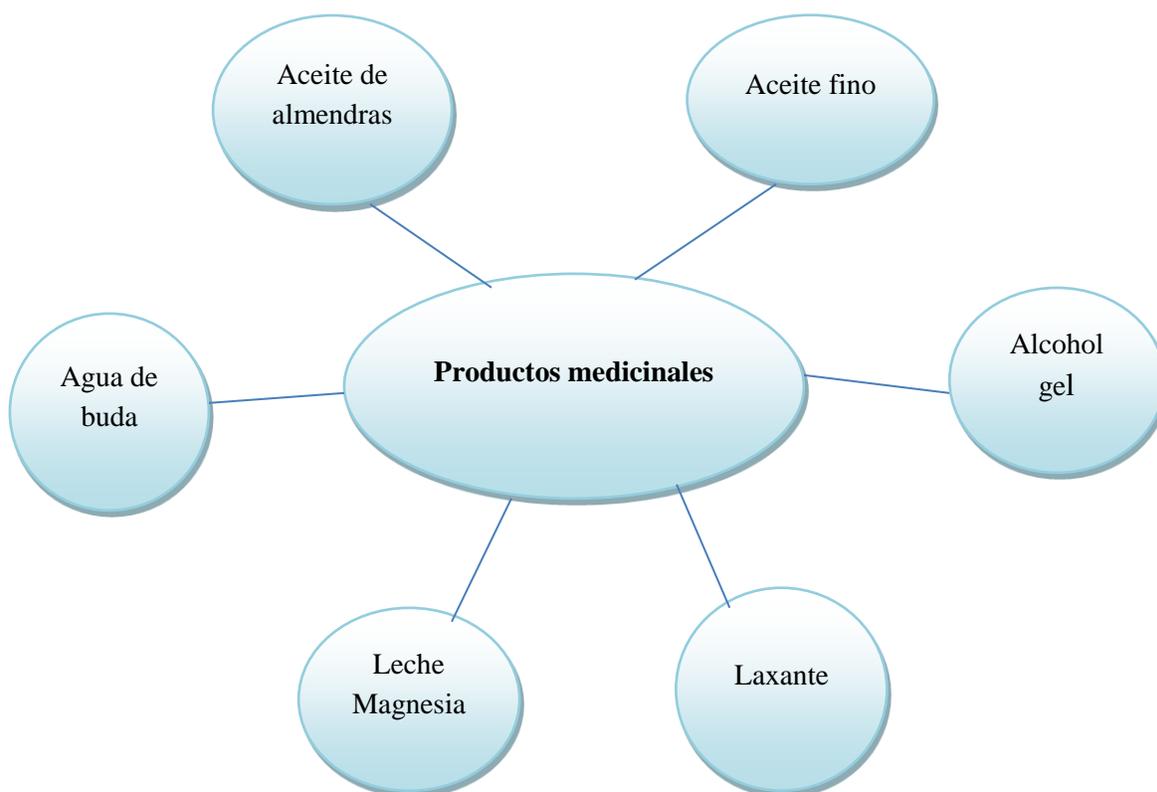
Léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales transmitidos durante el programa “La Paloma Mensajera”.

9.2 Análisis del Léxico, empleado en los anuncios publicitarios nacionales transmitidos durante el programa “La Paloma Mensajera” a través de Tu Nueva Radio Ya en el período de enero a agosto del 2016, por campos semánticos.

A continuación se presenta la clasificación del léxico identificado en los anuncios publicitarios nacionales compuestos en 13 campos semánticos:

Campos Semánticos

Gráfica n° 1

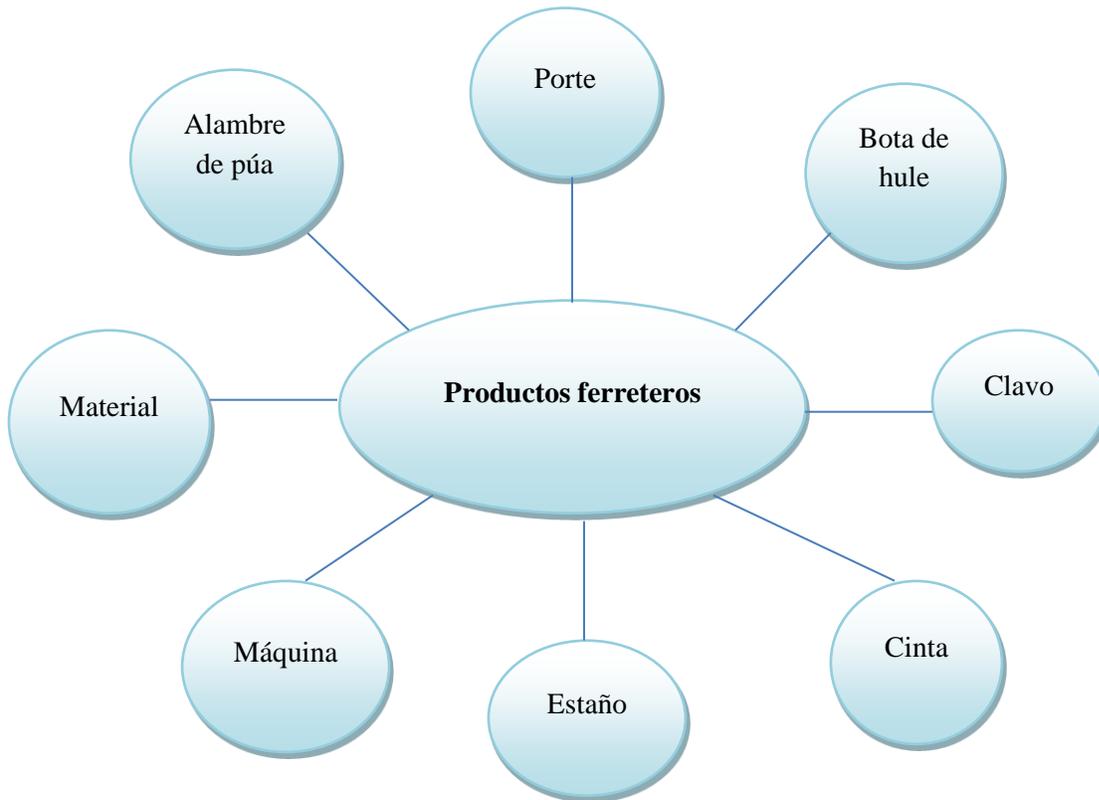


En la gráfica n° 1 presentamos el campo semántico que lleva por nombre, **Productos medicinales**. Este consta con 6 palabras de las cuales la mayoría son nombres propios de medicamentos y los otros nombres comunes como alcohol gel y laxante; las 6 palabras forman parte de nuestro vocabulario general.



Léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales transmitidos durante el programa “La Paloma Mensajera”.

Gráfica n° 2

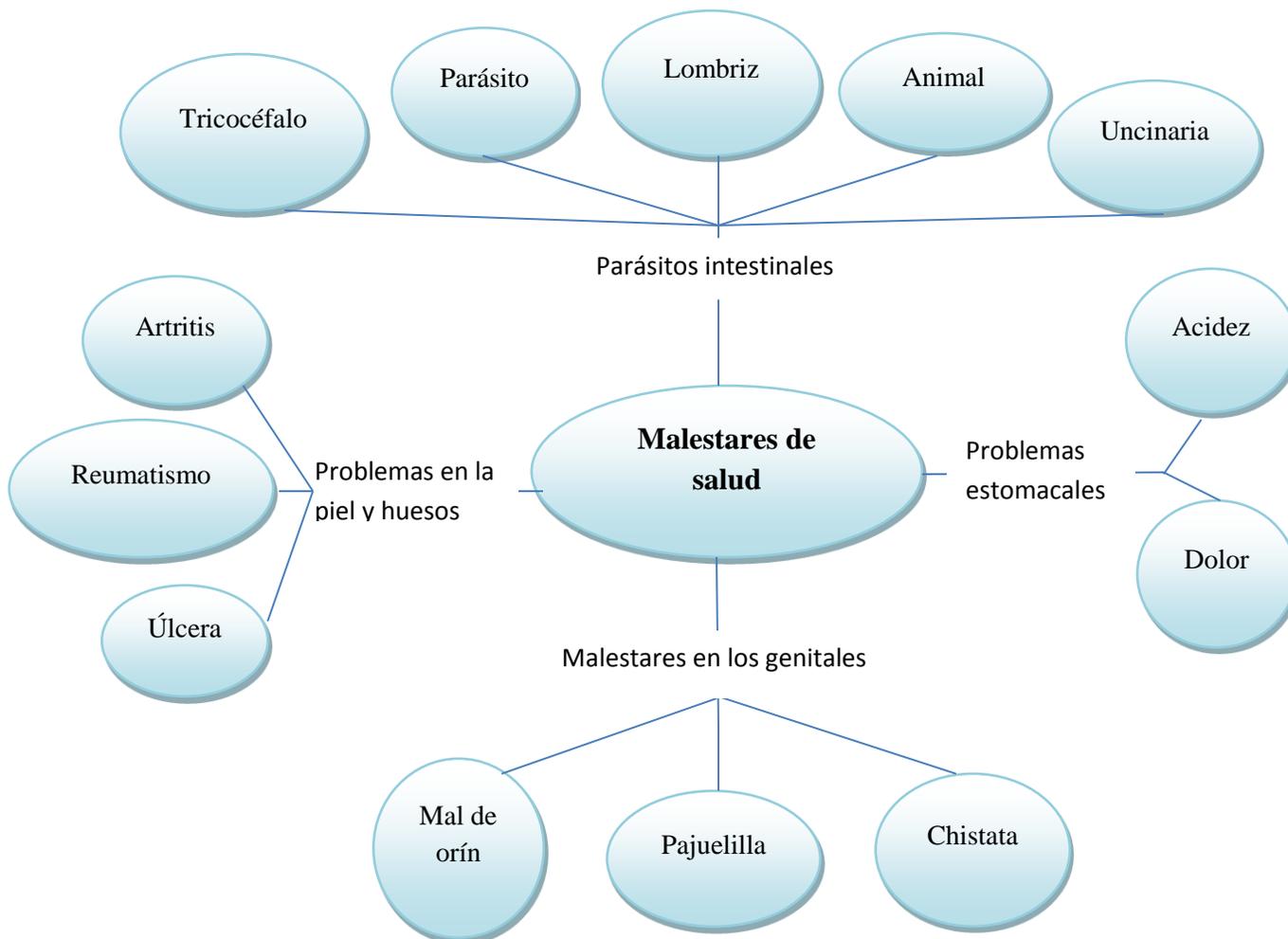


En la gráfica n° 2 tenemos el campo semántico que lleva por nombre, **Productos ferreteros**, de igual forma hace referencia a una variedad de palabras que forman parte de nuestra habla general. Este consta de 8 palabras de las cuales podemos decir que aparte de ser tecnicismos, también forman parte de jergas en donde haya de por medio trabajos de construcción y trabajos pesados.



Léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales transmitidos durante el programa “La Paloma Mensajera”.

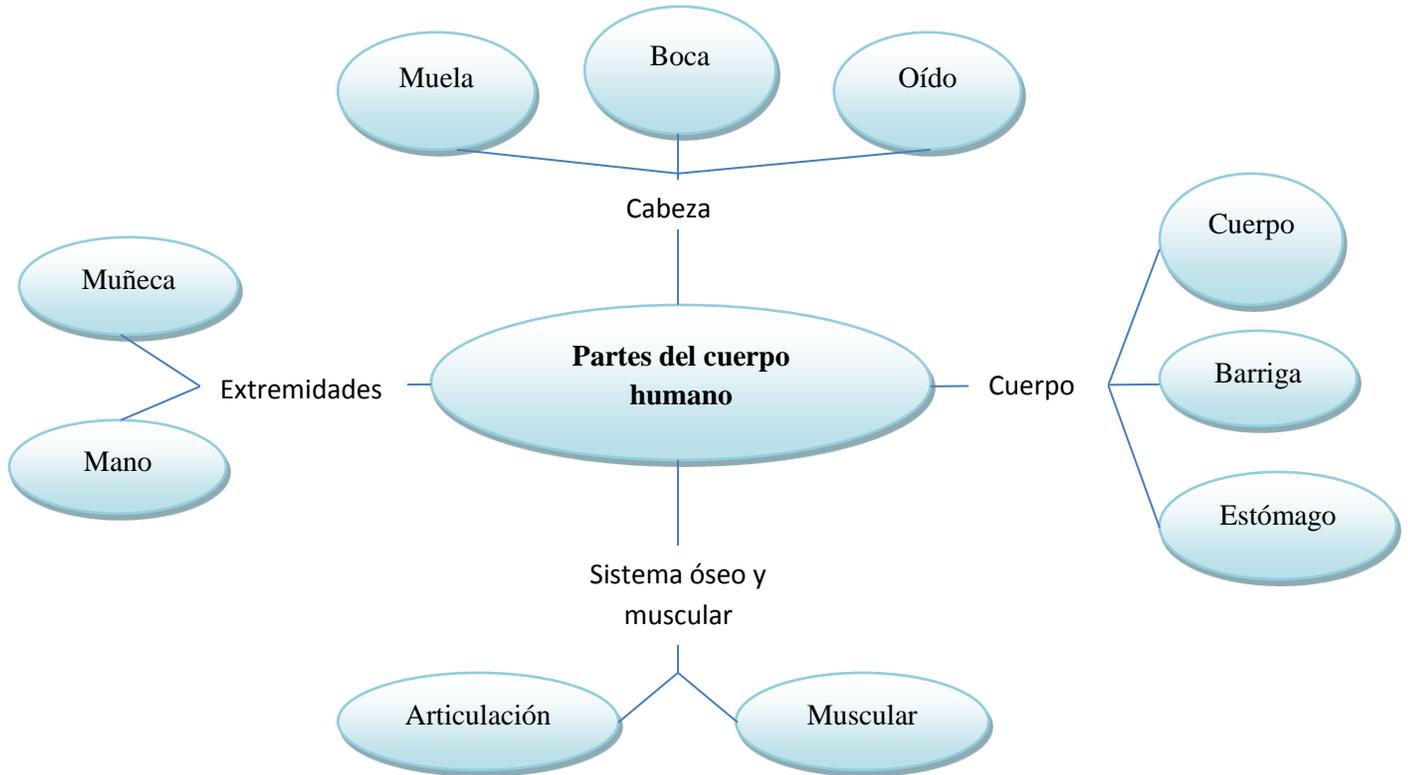
Gráfica n° 3



En la gráfica n° 3 presentamos este campo semántico que lleva por nombre, **Malestares de salud**, que se subdivide en: Parásitos, intestinales, problemas estomacales, malestares en los genitales y problemas en la piel y huesos. El campo está compuesto por múltiples palabras que denotan males de salud o padecimientos que afectan al ser humano, la mayor parte de las palabras son de conocimiento popular, también encontramos algunos tecnicismos y se podría decir que de igual modo forman parte de una jerga; todas estas palabras referidas al campo de la medicina.



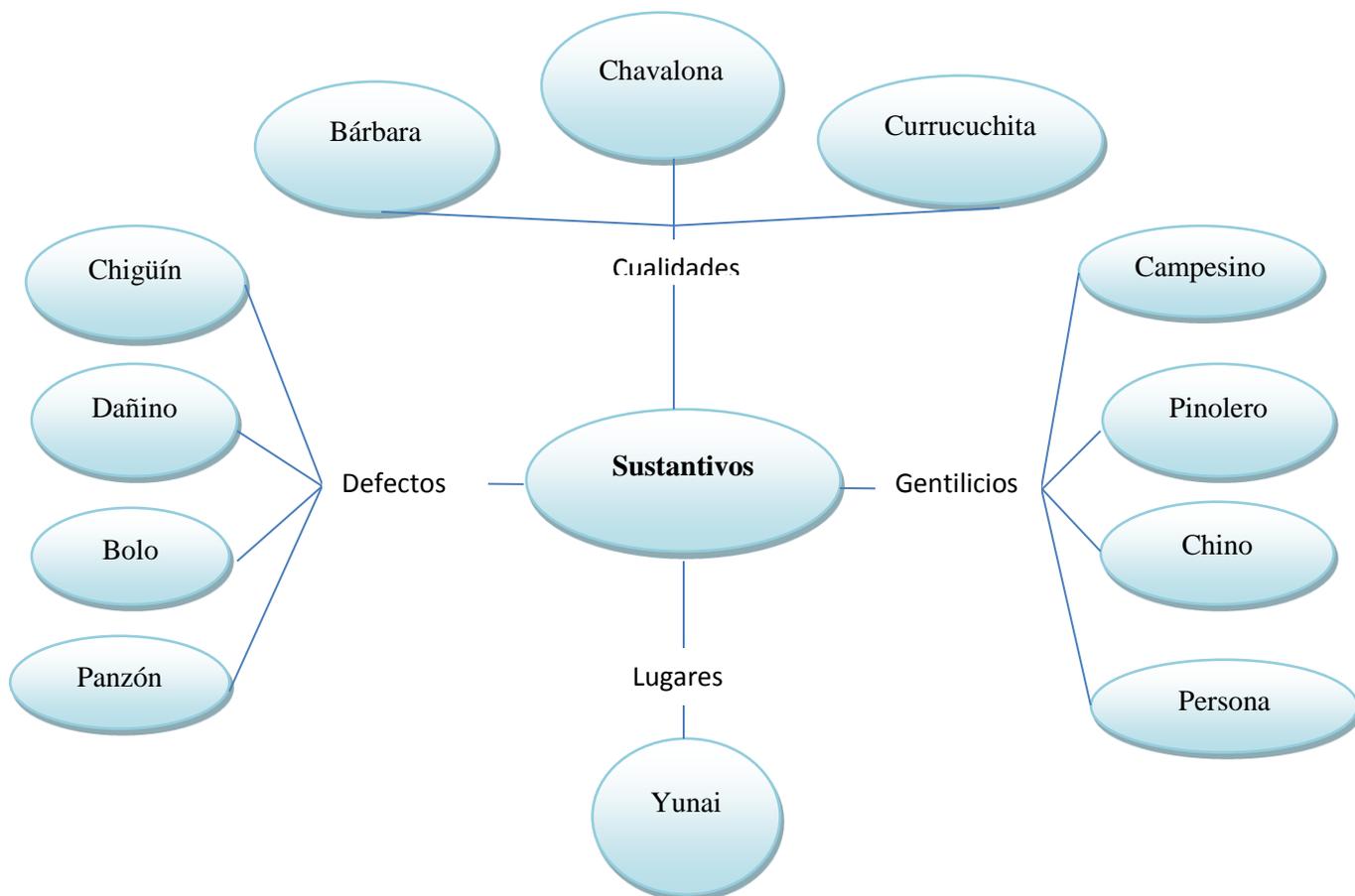
Gráfica n°4



En la gráfica n° 4 tenemos el campo semántico referido a las diferentes partes que conforman al cuerpo humano, este campo lleva por nombre, **Partes del cuerpo humano**, se subdivide en: cabeza, cuerpo, extremidades y sistema óseo y muscular. Son términos bastantes técnicos y comunes que aprendemos desde que empezamos a razonar. En total son 10 palabras que conforman este campo semántico, se podría decir que más de la mitad de estas palabras están en nuestro vocabulario desde niños, por ejemplo: estómago, boca y mano.



Gráfica n° 5

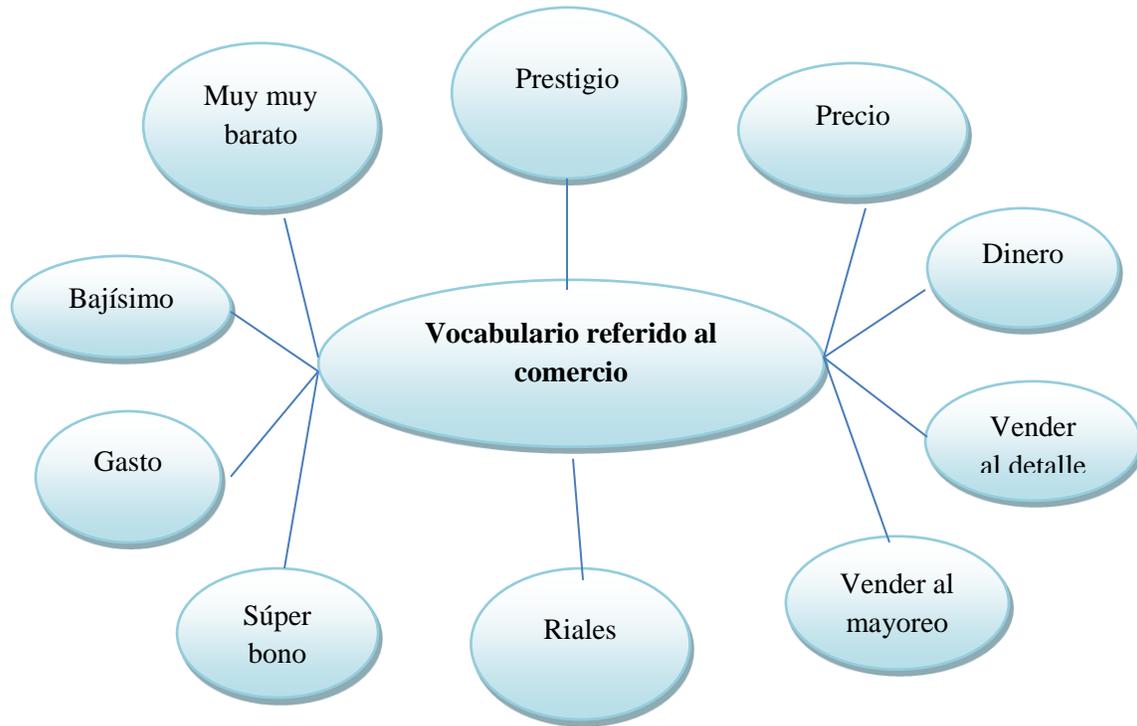


La gráfica n° 5 compuesta por el campo semántico que lleva por nombre, **Sustantivos**, hace referencia a una variedad de palabras que en total son 10 y se subdivide en: Cualidades, defectos, gentilicios y lugares. Estas palabras son utilizadas por el nicaragüense para dirigirse o mencionar a un sujeto, ya sea una persona o algún lugar, como por ejemplo, la palabra Yunai, que es el equivalente a decir Estados Unidos, también tenemos las palabras currucuchita y chavalona que se utilizan para referirse a una mujer, y al mismo tiempo funcionan como piropo.



Léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales transmitidos durante el programa “La Paloma Mensajera”.

Gráfica n° 6

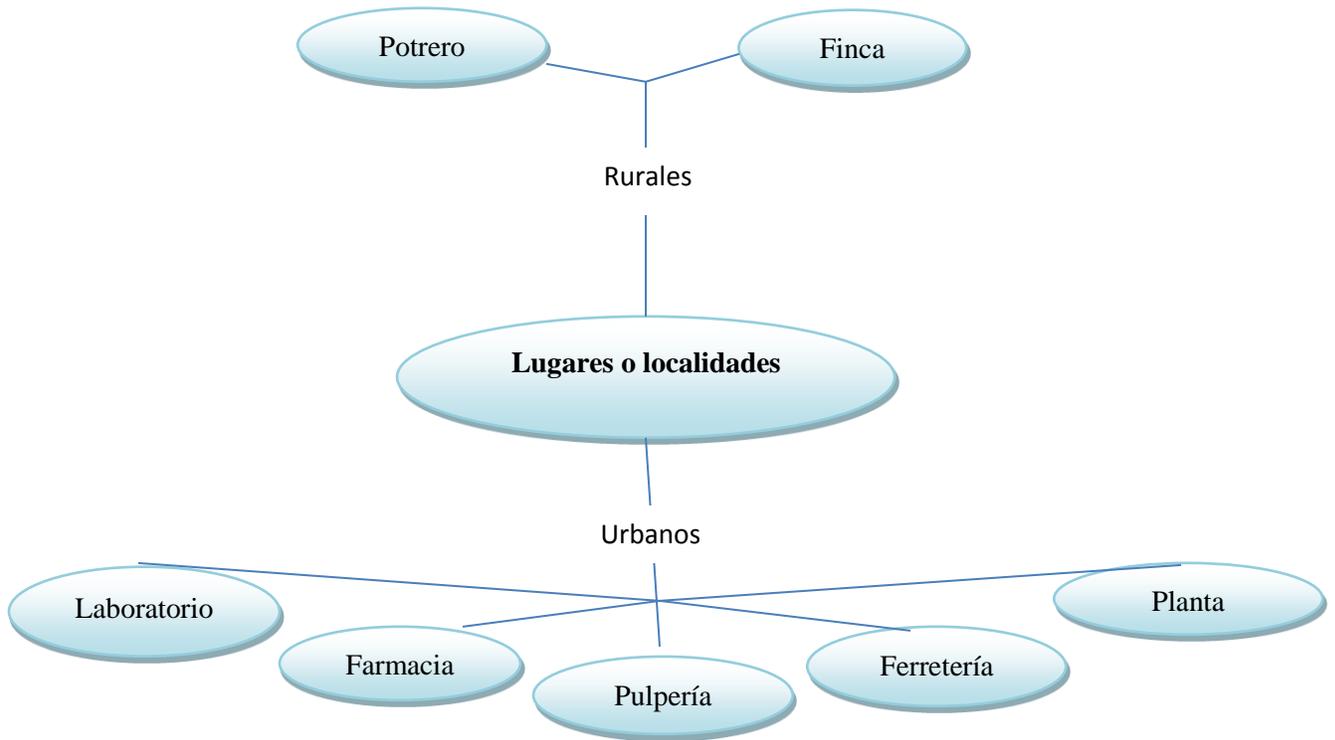


En la gráfica n° 6 está el campo semántico que lleva por nombre, **Vocabulario referido al comercio**, compuesto por una variedad de palabras que forman parte y son referentes al sector del comercio, en total son 10 términos. Encontramos múltiples palabras que son propias de este rubro; de igual modo el léxico no es de gran complejidad, se podría decir que algunas de las palabras presentes también forman parte del léxico general, por ejemplo. Riales, dinero, gasto.



Léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales transmitidos durante el programa “La Paloma Mensajera”.

Gráfica n° 7



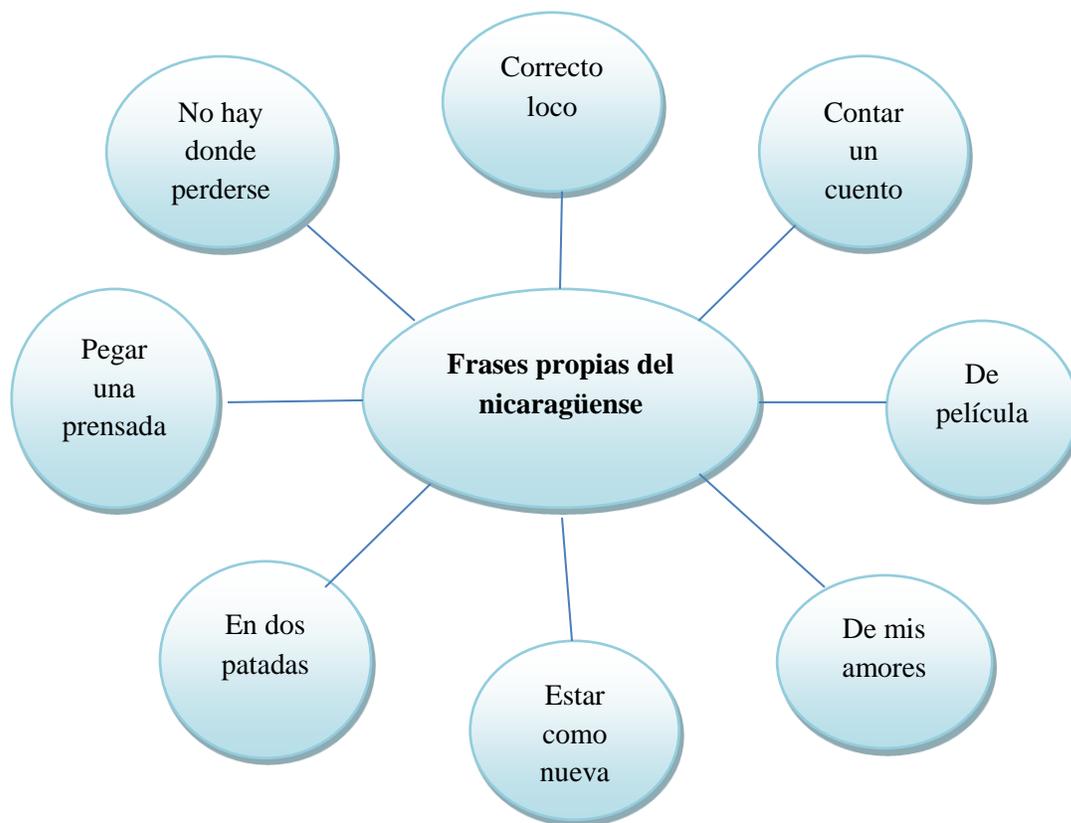
En la gráfica n° 7 presentamos el campo semántico que lleva por nombre, **Lugares o localidades**, en total son 7 palabras que están acomodadas en dos subdivisiones que son: Rurales y urbanos. Las palabras se refieren a diferentes nombres comunes de sitios en el habla nicaragüense. Obviamente pertenecen a lugares del área rural y urbana de nuestra Nicaragua; por ejemplo: finca y potrero son de un sector rural; las palabras farmacia, laboratorio, ferretería, planta son de sector urbano y pulpería es algo que podemos encontrar en el sector urbano y rural.

Todas estas palabras son de lenguaje general.



Léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales transmitidos durante el programa “La Paloma Mensajera”.

Gráfica n° 8



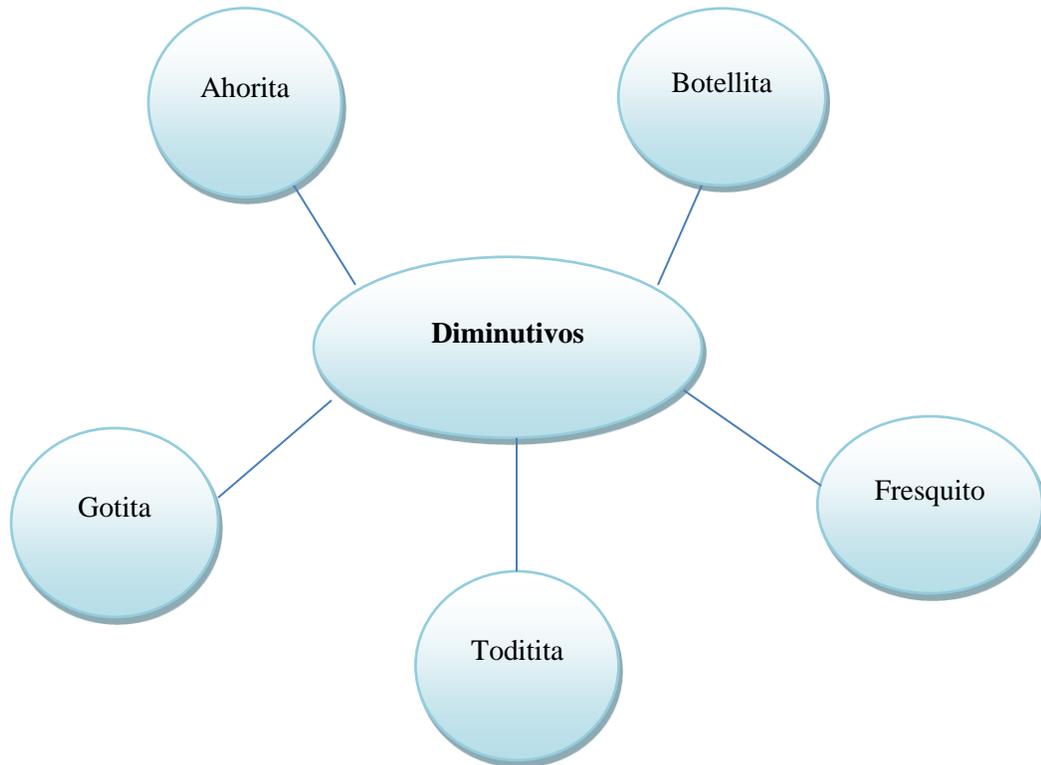
En la gráfica n° 8 se podría decir que tenemos uno de los campos semánticos más rico en cuanto a léxico nicaragüense, lleva por nombre, **Frasas propias del nicaragüense**, consta con 8 frases muy propias de nuestra habla; la creatividad que posee el nica con las palabras a la hora de jugar con ellas y formar frases como estas es muy característico de nosotros. Todas estas frases son propias del habla nicaragüense.

Son frases muy jocosas que caracterizan al nicaragüense, por ejemplo: pegar una prensada, estar como nueva, contar un cuento, etc.



Léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales transmitidos durante el programa “La Paloma Mensajera”.

Gráfica n° 9



En la gráfica n° 9 tenemos este campo semántico titulado, **Diminutivos**.

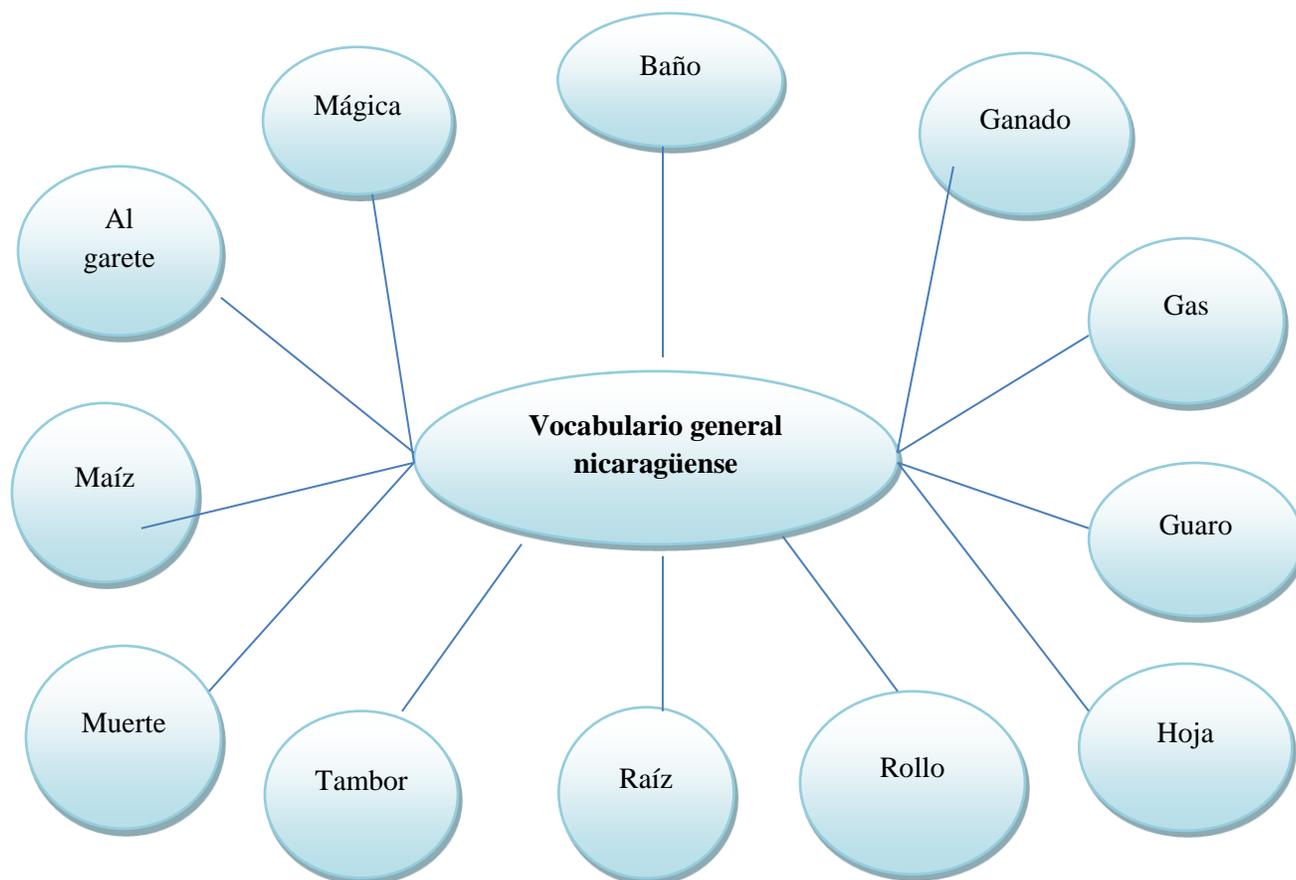
En este campo mencionamos algunos diminutivos de palabras, esto de los diminutivos es otra característica muy propia del nicaragüense, el campo está conformado por un total de 5 palabras; buscarle o referirse con el diminutivo de ciertas palabras al momento de conversar es algo muy normal en el habla nica.

Las terminaciones ita – ito son bastantes comunes de los diminutivos, pero una terminación muy peculiar del nica es el itita, por ejemplo la palabra, toditita.



Léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales transmitidos durante el programa “La Paloma Mensajera”.

Gráfica n° 10

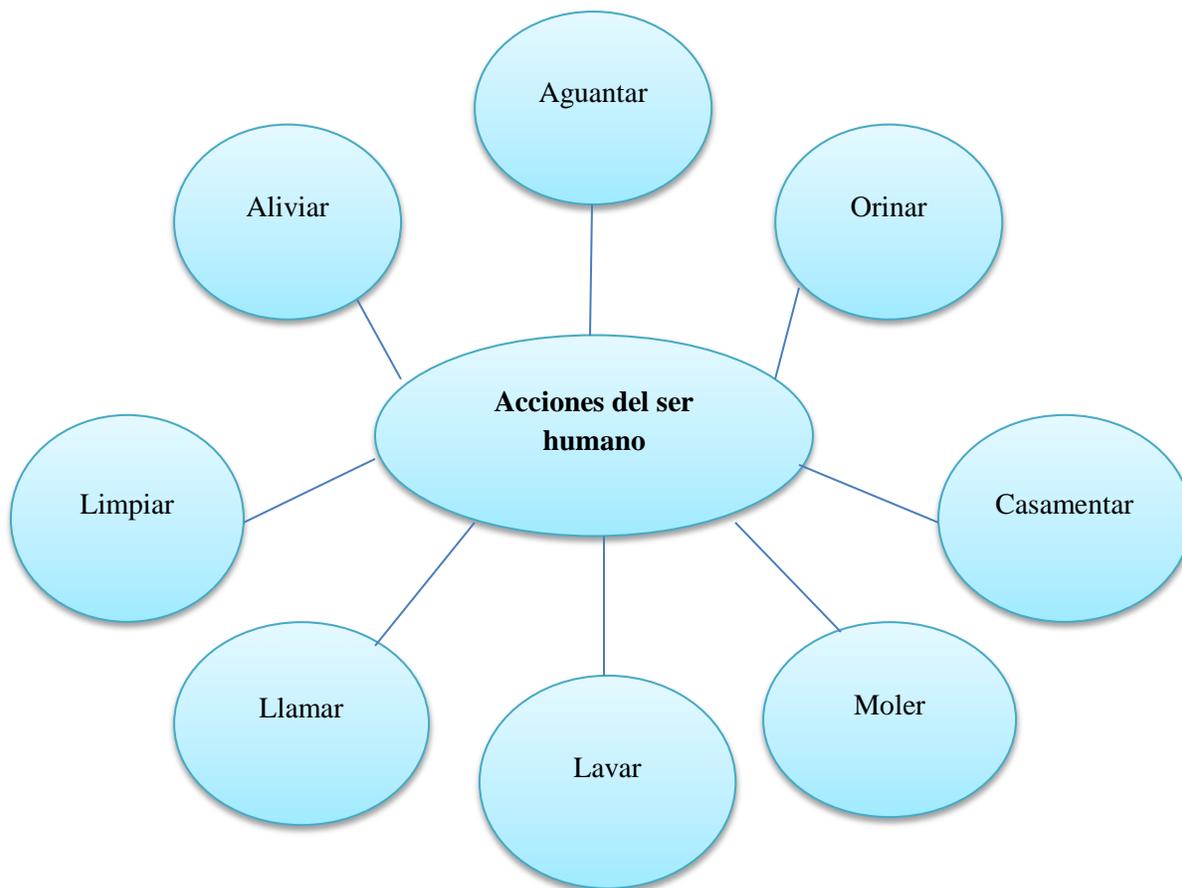


La gráfica n° 10 posee el campo semántico que lleva por nombre, **Vocabulario general nicaragüense**, en el que están presentes 12 términos que están referidos a todas esas palabras que son del habla general nicaragüense, solo que estas son de diferentes rubros o temáticas; ósea que no están dirigidas a un mismo sector o no tienen una misma línea conceptual.

Tenemos por ejemplo las palabras muerte, tambor, maíz, guaró que son partes de un lenguaje general pero no están conectadas a una misma temática con respecto a sus conceptos, es decir no llevan una línea conceptual.



Gráfica n° 11



La gráfica n° 11 presenta el campo semántico que lleva por nombre, **Acciones del ser humano**, conformado por múltiples verbos que denotan una acción del ser humano, en total son 8 palabras que forman parte del habla general, pero hay que destacar el uso que se le da a ciertas palabras con un doble sentido, o sea con ambigüedad, como los son las palabras aguantar y moler.

Por ejemplo, la palabra moler connota un significado estándar que viene de machacar, pulverizar; pero el nica también lo utiliza como referencia de la acción tener relaciones sexuales. Darle doble sentido a las palabras es otra característica del habla nicaragüense.



Gráfica n° 12



En la gráfica n° 12 encontramos el campo semántico que lleva por nombre, **Palabras que denotan cura o sanación**, este consta con 5 palabras en total, las cuales forman parte de la lengua general.

Este es un campo semántico muy peculiar ya que todos los términos que conforman el campo tienen prácticamente el mismo significado o la misma denotación, que vendría siendo el de sanar o la cura para un malestar o padecimiento.



Gráfica n° 13



En la gráfica n° 13 encontramos el campo semántico que lleva por nombre, **Léxico referido a una obra de construcción**, este consta de 5 palabras que al igual que los otros campos forman parte del habla general.

Estas palabras no tienen gran complejidad en cuanto a su significado y uso ya que son palabras muy comunes del área de la construcción.



Léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales transmitidos durante el programa “La Paloma Mensajera”.

9.3 Contrastividad del significado de las palabras que conforman el Léxico publicitario en los anuncios nacionales transmitidos durante el programa “La Paloma Mensajera” a través de Tu Nueva Radio Ya.

En este apartado se realizará el contraste del léxico publicitario en los anuncios nacionales transmitidos durante el programa “La Paloma Mensajera”, con los registros que se encontraron estos forman parte de nuestra lengua y habla, con el objetivo de identificar las palabras que no se encuentran registradas o las que aparecen con un significado distinto a los que se emplea en el habla popular que a diario se utiliza para comunicar lo que se quiere expresar con personas que rodean el entorno en donde cada individuo se desarrolló, siendo estos: amigos, familiares y compañeros de trabajo.

Al garete:

DLE: No se encuentra registrada.

DEN: adv. Errante y sin destino.

DICA: No se encuentra registrada.

DA: No se encuentra registrada.

Al garete, se encontró únicamente en el DEN, en cuanto al DLE, DICA y DA no se encontró registrada.

agua de buda:

DLE: No se encuentra registrada.

DEN: No se encuentra registrada.

DICA: No se encuentra registrada.

DA: No se encuentra registrada.



Léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales transmitidos durante el programa “La Paloma Mensajera”.

Agua de buda, no se encontró registrada en ninguno de los diccionarios, las palabras agua y buda por separado si están, pero no tienen igual significado que el que tienen juntas.

aceite fino:

DLE: No se encuentra registrada.

DEN: No se encuentra registrada.

DICA: No se encuentra registrada.

DA: No se encuentra registrada.

Aceite fino, no se encontró registrada en ninguno de los diccionarios, las palabras aceite y fino por separado si están, pero no tienen igual significado que el que tienen juntas.

ahorita:

DLE: No se encuentra registrada.

DEN: (Del diminutivo de ahora.)adv. Ahora mismo, ya. ...Mañana, ya recuperado, vas a ver a la familia. Aho-rita no podés... Ch. Blandón. N. A. p. 419.

DICA: No se encuentra registrada.

DA: adv. EU, Mx, Gu, Ho, ES, Ni, CR, Pa, Cu, RD, PR, Co, Ve, Ec, Pe, Bo. Dentro de un momento, más tarde. pop + cult → espon. (horita; orita).

Ahorita, no se encontró en el DLE ni en el DICA; únicamente se encontró en el DEN y el DA.

aceite de almendras:

DLE: No se encuentra registrada.

DEN: No se encuentra registrada.

DICA: No se encuentra registrada.



Léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales transmitidos durante el programa “La Paloma Mensajera”.

DA: No se encuentra registrada.

Aceite de almendras, no se encontró registrada en ninguno de los diccionarios, las palabras aceite y almendras por separado si están, pero no tienen igual significado que el que tienen juntas.

alambre de púa:

DLE: m. alambre provisto de puntas metálicas a intervalos regulares.

DEN: No se encuentra registrada.

DICA: No se encuentra registrada.

DA: No se encuentra registrada.

Alambre de púa, se encontró registrada únicamente en el DLE, en cuanto al DEN, DICA y DA no se encontró registrada.

alcohol gel:

DLE: No se encuentra registrada.

DEN: No se encuentra registrada.

DICA: No se encuentra registrada.

DA: No se encuentra registrada.

Alcohol gel, no se encontró registrada en ninguno de los diccionarios, las palabras alcohol y gel por separado si están, pero no tienen igual significado que el que tienen juntas.

aguantar:



Léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales transmitidos durante el programa “La Paloma Mensajera”.

DLE: tr. Reprimir o contener.

DEN: No se encuentra registrada

DICA: tr. Ho. Esperar una a persona a alguien o algo particularmente, si existe premura y se trata de poco tiempo.

DA: No se encuentra registrada

Aguantar, se encontró registrada en el DLE y DICA, en cuanto al DEN y DA no se encontró registrada.

acerar:

DLE: tr. Dar al hierro las propiedades del acero.

DEN: No se encuentra registrada.

DICA: No se encuentra registrada.

DA: No se encuentra registrada.

Acerar, se encontró registrada únicamente en el DLE, en cuanto al DEN, DICA y DA no se encontró registrada.

acidez:

DLE: f. acidez de estómago.

DEN: No se encuentra registrada.

DICA: No se encuentra registrada.

DA: No se encuentra registrada.

Acidez, se encontró registrada únicamente en el DLE, en cuanto al DEN, DICA y DA no se encontró registrada.



Léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales transmitidos durante el programa “La Paloma Mensajera”.

articulación:

DLE: f. Unión de un hueso u órgano esquelético con otro, que puede ser fija o móvil

DEN: No se encuentra registrada.

DICA: No se encuentra registrada.

DA: No se encuentra registrada.

Articulación, se encontró registrada únicamente en el DLE, en cuanto al DEN, DICA y DA no se encontró registrada.

artritis:

DLE: f. Inflamación de las articulaciones.

DEN: No se encuentra registrada.

DICA: No se encuentra registrada.

DA: No se encuentra registrada.

Artritis, se encontró registrada únicamente en el DLE, en cuanto al DEN, DICA y DA no se encontró registrada.

aliviar:



Léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales transmitidos durante el programa “La Paloma Mensajera”.

DLE: tr. Disminuir o mitigar las enfermedades, las fatigas del cuerpo o las aflicciones del ánimo.

DEN: No se encuentra registrada.

DICA: No se encuentra registrada.

DA: No se encuentra registrada.

Aliviar, se encontró registrada únicamente en el DLE, en cuanto al DEN, DICA y DA no se encontró registrada.

animal:

DLE: m. Ser orgánico que vive, siente y se mueve por propio impulso. U. t. en pl. como taxón.

DEN: No se encuentra registrada.

DICA: m. Ho, El Salv, Nic. Pene.

DA: No se encuentra registrada.

Animal, se encontró registrada en el DLE y DICA, en cambio en el DEN y DA no se encontró registrada.

barriga:

DLE: f. vientre (ll cavidad del cuerpo de los vertebrados).

f. Región exterior del cuerpo humano correspondiente al abdomen, especialmente si es abultado.

DEN: f. Embarazo de una mujer.

DICA: Ni. Embarazo de una mujer.

DA: f. Ni, Pa, RD, Co: N, Pe. Embarazo de una mujer.

Barriga, se encontró registrada en todos los diccionarios en el DLE, DEN, DICA y DA; los significados coinciden con el de nuestra investigación.



Léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales transmitidos durante el programa “La Paloma Mensajera”.

bolo:

DLE: m. Pieza de madera u otro material, torneada, alargada, con base plana para que se tenga en pie, que se usa en el juego de los bolos.

DEN: m. ebrio, borracho.

DICA: adj. Gu, Ho, Ni, CR. Relativo a persona, borracha.

DA: m. Mx, Ho, ES, Ni, Cu, RD. Gran cantidad de personas, animales o cosas aglomeradas en un lugar.

Bolo, se encontró en todos los diccionarios pero únicamente el significado que nos brindan el DEN y el DICA encaja con el de nuestra investigación, el del DLE y DA no.

boca:

DLE: f. Cavidad en la cual están colocados la lengua y los dientes.

DEN: No se encuentra registrada.

DICA: f. AC. Comida compuesta de pinchos o canapés variados que se sirven en un bar o una fiesta como acompañamiento de una bebida.

DA: No se encuentra registrada.

Boca, se encontró registrada en el DLE y DICA, pero solo el significado del DLE coincide con el de nuestra investigación, en el DEN y DA no se encontró registrada.

bota de hule:

DLE: No se encuentra registrada.

DEN: No se encuentra registrada.

DA: No se encuentra registrada.



Léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales transmitidos durante el programa “La Paloma Mensajera”.

Bota de hule, no se encontró registrada en ninguno de los diccionarios, las palabras bota y hule por separado si están, pero el significado que tienen no es igual al que tienen juntas.

baño:

DLE: m. Capa de materia extraña con que queda cubierta la cosa bañada; p. ej., la de azúcar en los dulces, la de cera en varios objetos o la de plata u oro en cubiertos y alhajas.

DEN: No se encuentra registrada.

DICA: m. Ho, El Salv, Ni. Regaño, reprimenda.

DA: No se encuentra registrada.

Baño, se encontró registrada en el DLE y DICA, pero solo el significado que nos brinda el DLE encaja con el de nuestra investigación, en el DEN y DA no se encontró registrada.

bajísimo:

DLE: No se encuentra registrada.

DEN: No se encuentra registrada.

DICA: No se encuentra registrada.

DA: No se encuentra registrada.

Bajísimo, no se encontró registrada en ninguno de los diccionarios ni en DLE, DEN, DICA ni DA.

botellita:

DLE: No se encuentra registrada.

DEN: No se encuentra registrada.

DICA: No se encuentra registrada.



Léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales transmitidos durante el programa “La Paloma Mensajera”.

DA: No se encuentra registrada.

Botellita, no se encontró registrada en ninguno de los diccionarios ni el DLE, DEN, DICA ni DA; esta es el diminutivo de la palabra botella que si está registrada.

bárbara:

DLE: adj. Excelente, llamativo, magnífica.

DEN: No se encuentra registrada.

DICA: interj. Ni. Expresa algo que está muy bueno o tiene grandes cualidades.

DA: sust/adj. Gu, Ho, Ni, Pa, Cu, RD, PR, Ve, Ec, Bo. Persona experimentada, ágil y diestra en un oficio o para realizar una determinada actividad. pop + cult → espon.

Bárbara, se encontró registrada en todos los diccionarios en el DLE, DEN, DICA y DA; los significados encajan con el de nuestra investigación.

casamentar:

DLE: No se encuentra registrada.

DEN: No se encuentra registrada.

DICA: No se encuentra registrada.

DA: No se encuentra registrada.

Casamentar, no se encontró registrada en ninguno de los diccionarios ni el DLE, DEN, DICA ni DA.

currucuchita:



Léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales transmitidos durante el programa “La Paloma Mensajera”.

DLE: No se encuentra.

DEN: f. Voz onomatopéyica que simula el sonido que produce la paloma y que se usa para expresar el trato afectuoso entre enamorados.

DICA: m. y f. Ni. Sonido que produce la paloma y que se usa para expresar el trato afectuoso entre enamorados.

DA: No se encuentra.

Currucuchita, se encontró registrada en el DEN y DICA, ambos significados coinciden con el de nuestra investigación; en el DLE y DA no se encontró.

contar un cuento:

DFR: No se encuentra registrada.

Contar un cuento, no se encontró registrada en el diccionario de fraseologismos (DFR)

construcción:

DLE: 1. f. Acción y efecto de construir.

DEN: No se encuentra registrada.

DICA: No se encuentra registrada.

DA: No se encuentra registrada.

Construcción, se encontró registrada únicamente en el DLE, en cuanto al DEN, DICA y DA no se encontró registrada.

clavo:



Léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales transmitidos durante el programa “La Paloma Mensajera”.

DLE: m. Pieza metálica, larga y delgada, con cabeza y punta, que sirve para introducirla en alguna parte, o para asegurar una cosa a otra.

DEN: No se encuentra registrada.

DICA: m. CR. Persona que no paga sus deudas.

DA: No se encuentra registrada.

Clavo, se encontró registrada en el DLE y DICA, ambos significados coinciden con el de nuestra investigación, en el DEN y DA no se encontró registrada.

cercar:

DLE: tr. Rodear o circunvalar un sitio con un vallado, una tapia o un muro, de suerte que quede cerrado, resguardado y separado de otros.

DEN: No se encuentra registrada.

DICA: No se encuentra registrada.

DA: No se encuentra registrada.

Cercar, se encontró registrada únicamente en el DLE, en cuanto al DEN, DICA, y DA no se encontró registrada.

cinta:

DLE: 1. f. Tira de tela u otro material de propiedades semejantes que sirve para atar, ceñir o adornar.

DEN: No se encuentra registrada.

DICA: f. Ni. En artes marciales, categoría o grado conseguido por el luchador y que se distingue por el color de la faja que sujeta el quimono.



Léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales transmitidos durante el programa “La Paloma Mensajera”.

DA: No se encuentra registrada.

Cinta, se encontró registrada en el DLE y DICA, pero solo el significado del DLE encaja con el de nuestra investigación, en el DEN y DA no se encontró registrada.

campesino:

DLE: adj. Propio de la persona campesina. Costumbres campesinas.

DEN: No se encuentra registrada.

DICA: No se encuentra registrada.

DA: No se encuentra registrada.

Campesino, se encontró registrada únicamente en el DLE, en cuanto al DEN, DICA y DA no se encontró registrada.

cuerpo:

DLE: m. Conjunto de los sistemas orgánicos que constituyen un ser vivo.

DEN: No se encuentra registrada.

DICA: No se encuentra registrada.

DA: No se encuentra registrada.

Cuerpo, se encontró registrada únicamente en el DLE, en cuanto al DEN, DICA y DA no se encontró registrada.

chavalona:

DLE: No se encuentra.



Léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales transmitidos durante el programa “La Paloma Mensajera”.

DEN: No se encuentra.

DICA: No se encuentra registrada.

DA: No se encuentra.

Chavalona, no se encontró registrada en ninguno de los diccionarios ni en el DLE, DEN, DICA ni en el DA.

chigüín:

DLE: No se encuentra.

DEN: (Hibridismo del náh. güina, gente y del pipil tzin, pequeño.) m. y f. Nombre genérico dado a los niños.

DICA: m. y f. Ho, El Salv., Ni, CR. Niño.

DA: No se encuentra.

Chigüín, se encontró registrada únicamente en el DEN y DICA, ambos significados encajan con el de nuestra investigación, en el DLE y DA no se encontró registrada.

chino:

DLE: No se encuentra registrada.

DEN: m. y f. Persona que tiene los ojos rasgados.

DICA: sust/adj. Gu, Ho, El Salv. Relativo al hombre, que no tiene vello ni barba o que tiene muy poco.

DA: No se encuentra registrada.

Chino, se encontró registrada en el DEN y DICA, ambos significados encajan con el de nuestra investigación, en el DLE y DA no se encontró registrada.



Léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales transmitidos durante el programa “La Paloma Mensajera”.

chistata:

DLE: f. Nic. estangurria (|| micción dolorosa).

DEN: f. Chistitis, orinadera, escasa y con ardor. Obs.: se dice también chistate.

DICA: f. Ho, Ni. Inflamación de los órganos urinarios que provoca ardor al orinar.

DA: f. Ho, Ni. Inflamación de los órganos urinarios que provoca ardor al orinar. rur. (chistate).

Chistata, se encontró registrada en todos los diccionarios en el DLE, DEN, DICA y DA; los significados encajan con el de nuestra investigación.

daño:

DLE: No se encuentra registrada.

DEN: adj. desp. [Dicho de alguien o del animal] que es nocivo.

DICA: adj. Ni. Relativo a persona, generalmente niño, que daña o rompe las cosas con facilidad, que no tiene cuidado.

DA: No se encuentra registrada.

Daño, se encontró registrada en el DEN y DICA, ambos significados encajan con el de nuestra investigación, en el DLE y DA no se encontró registrada.

dinero:

DLE: m. Moneda corriente.

DEN: No se encuentra registrada.

DICA: No se encuentra registrada.



Léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales transmitidos durante el programa “La Paloma Mensajera”.

DA: No se encuentra registrada.

Dinero, se encontró registrada únicamente en el DLE, en cuanto al DEN, DICA y DA no se encontró registrada.

dolor:

DLE: m. Sensación molesta y aflictiva de una parte del cuerpo por causa interior o exterior.

DEN: No se encuentra registrada.

DICA: sust/adj. CR. Persona escrupulosa y que se indispone con facilidad.

DA: No se encuentra registrada.

Dolor, se encontró registrada en el DLE y DICA, pero solo el significado que nos da el DLE encaja con el de nuestra investigación, en el DEN y DA no se encontró registrada.

dosis:

DLE: f. Toma de medicina que se da al enfermo cada vez.

DEN: No se encuentra registrada.

DICA: No se encuentra registrada.

DA: No se encuentra registrada.

Dosis, se encontró registrada únicamente en el DLE, en cuanto al DEN, DICA y DA no se encuentra registrada.



Léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales transmitidos durante el programa “La Paloma Mensajera”.

estaño:

DLE: m. Elemento químico metálico, de núm. atóm. 50, de color y brillo plateados, que se emplea para recubrir otros metales, en el envasado de alimentos y en soldaduras, y que, aleado con el cobre, forma el bronce. (Símb. Sn).

DEN: No se encuentra registrada.

DICA: No se encuentra registrada.

DA: No se encuentra registrada.

Estaño, se encontró registrada únicamente en el DLE, en cuanto al DEN, DICA y DA no se encuentra registrada.

enfermo:

DLE: adj. Que padece enfermedad. U. t. c. s.

DEN: No se encuentra registrada.

DICA: No se encuentra registrada.

DA: No se encuentra registrada.

Enfermo, se encontró registrada únicamente en el DLE, en cuanto al DEN, DICA y DA no se encuentra registrada.

estómago:

DLE: m. Parte ensanchada del aparato digestivo, situada entre el esófago y el intestino, cuyas paredes segregan los fermentos gástricos.

DEN: No se encuentra registrada.

DICA: No se encuentra registrada.

DA: No se encuentra registrada.



Léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales transmitidos durante el programa “La Paloma Mensajera”.

Estómago, se encontró registrada únicamente en el DLE, en cuanto al DEN, DICA y DA no se encuentra registrada.

en dos patadas:

DFR: No se encuentra registrada.

En dos patadas, no se encontró registrada en el diccionario de fraseologismos (DFR).

ferretería:

DLE: f. Tienda donde se venden diversos objetos de metal o de otras materias, como cerraduras, clavos, herramientas, vasijas, etc.

DEN: No se encuentra registrada.

DICA: No se encuentra registrada.

DA: No se encuentra registrada

Ferretería, se encontró registrada únicamente en el DLE, en cuanto al DEN, DICA y DA no se encuentra registrada.

finca:

DLE: f. Propiedad inmueble, rústica o urbana.

DEN: No se encuentra registrada.

DICA: f. AC. Plantación de café, caña de azúcar, o cacao.

DA: No se encuentra registrada.

Finca, se encontró registrada en el DLE y DICA, ambos significados encajan con el de nuestra investigación, en el DEN y DA no se encontró registrada.



Léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales transmitidos durante el programa “La Paloma Mensajera”.

farmacia:

DLE: f. Laboratorio y despacho del farmacéutico.

DEN: No se encuentra registrada.

DICA: f. Ho, El Salv. Cremallera de la bragueta.

DA: No se encuentra registrada.

Farmacia, se encontró registrada en el DLE y DICA, ambos significados encajan con el de nuestra investigación, en el DEN y DA no se encontró registrada.

fresquito:

DEL: No se encuentra.

DEN: No se encuentra.

DICA: No se encuentra registrada.

DA: No se encuentra.

Fresquito, no se encontró registrada en ninguno de los diccionarios ni en el DLE, DEN, DICA ni DA; fresquito es el diminutivo de fresco que si se encuentra registrada.

gotita:

DLE: No se encuentra registrada.

DEN: No se encuentra registrada.

DICA: No se encuentra registrada.

DA: No se encuentra registrada.



Léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales transmitidos durante el programa “La Paloma Mensajera”.

Gotita, no se encontró registrada en ninguno de los diccionarios ni en el DLE, DEN, DICA ni DA; gotita es el diminutivo de gota que si se encuentra registrada.

ganado:

DLE: m. Conjunto de bestias que se apacientan y andan juntas. Ganado ovino, cabrío, vacuno.

DEN: m. Ganado vacuno que está en venta.

DICA: m. Gu, Ho, Ni. Piojos.

DA: m. Mx, Ni, Pa, Ve, Py. Ganado vacuno que está en venta.

Ganado, se encontró registrada en todos los diccionarios en el DLE, DEN, DICA y DA; todos los significados encajan con el de nuestra investigación, excepto el que nos da el DICA.

gasto:

DLE: m. Acción de gastar

DEN: m. Cantidad de dinero fija que el esposo da a su mujer para mantenimiento de las necesidades básicas de la familia.

DICA: No se encuentra registrada.

DA: m. Mx, Ni, Py. Cantidad de dinero fija que el esposo da a su mujer para mantenimiento de las necesidades básicas de la familia.

Gasto, se encuentra registrada en el DLE, DEN y DA; los significados encajan con el de nuestra investigación, en el DICA no se encontró registrada.



Léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales transmitidos durante el programa “La Paloma Mensajera”.

gas:

DLE: m. Fluido que tiende a expandirse y que se caracteriza por su baja densidad, como el aire.

DEN: m. Derivado del petróleo, conocido con el nombre de queroseno. var. Querosén, querosín.

DICA: No se encuentra registrada.

DA: m. Mx, Gu, Ni, RD, Bo; Ec, Ch, euf.; Pe, esm. Ventosidad. vulg; pop.

Gas, se encuentra registrada en el DLE, DEN y DA; los significados encajan con el de nuestra investigación, en el DICA no se encontró registrada.

guaro:

DLE: m. Am. Cen. Aguardiente de caña.

DEN: m contracción de guarapo, agua ardiente, ron, hechos de la caña. Cuando volvió e fije que traía un litro de guaro en la mano.

DICA: m. AC. Agua ardiente elaborado con el jugo de la caña de azúcar.

DA: m. Gu, Ho, ES, Ni, CR, Pa, Co, Ec. Aguardiente elaborado con el jugo de la caña de azúcar. Guaral; guaripirol.

Guaro, se encuentra registrada en todos los diccionarios en el DLE, DEN, DICA y DA; los significados encajan con el de nuestra investigación.

hoja:

DLE: f. Cada una de las láminas, generalmente verdes, planas y delgadas, de que se visten los vegetales, unidas al tallo o a las ramas por el pecíolo o, a veces, por una parte basal alargada, en las que principalmente se realizan las funciones de transpiración y fotosíntesis.

DEN: No se encuentra registrada.



Léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales transmitidos durante el programa “La Paloma Mensajera”.

DICA: No se encuentra registrada.

DA: l ~ de chigüé. f. Mx, Ho, ES, Ni. chaparro, árbol.

Hoja, se encontró registrada en el DLE y DA, ambos significados encajan con el de nuestra investigación, en el DEN y DICA no se encuentra registrada.

lombriz:

DLE: f. Gusano de la clase de los nematelmintos, de forma de lombriz, que vive parásito en el intestino del hombre y de algunos animales.

DEN: No se encuentra registrada.

DICA: f. Gu. Antojo, deseo.

DA: No se encuentra registrada.

Lombriz, se encuentra registrada en el DLE y DICA, pero solo el significado del DLE encaja con el de nuestra investigación, en el DEN y DA no se encuentra registrada.

laboratorio:

DLE: m. Lugar dotado de los medios necesarios para realizar investigaciones, experimentos y trabajos de carácter científico o técnico.

DEN: No se encuentra registrada.

DICA: No se encuentra registrada.

DA: No se encuentra registrada.

Laboratorio, se encontró registrada únicamente en el DLE, en cuanto al DEN, DICA y DA no se encuentra registrada.



Léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales transmitidos durante el programa “La Paloma Mensajera”.

limpiar:

DLE: tr. Quitar la suciedad o inmundicia de alguien o de algo. U. t. c. prnl. U. t. en sent. fig.

DEN: No se encuentra registrada.

DICA: tr. Ni, Pa. Liberar o curar a alguien las malas energías frotándolos con hierbas.

DA:1. tr. Mx, Ni, Pa, Cu, Ve, Ec, Pe, Bo, Py. Liberar o curar a alguien las malas energías frotándolo con hierbas.

Limpiar, se encontró registrada en el DLE, DICA y DA, los significados encajan con el de nuestra investigación, en el DEN no se encuentra registrada.

laxante:

DLE: m. Medicamento que sirve para facilitar la evacuación del vientre.

DEN: No se encuentra registrada.

DICA: No se encuentra registrada.

DA: No se encuentra registrada.

Laxante, se encontró registrada únicamente en el DLE, en cuanto al DEN, DICA y DA no se encuentra registrada.

llamar:

DLE: tr. Realizar las operaciones necesarias para establecer comunicación telefónica con alguien. La llamé, pero no estaba en casa. U. t. c. intr.

DEN: No se encuentra registrada.

DICA: No se encuentra registrada.

DA: No se encuentra registrada.



Léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales transmitidos durante el programa “La Paloma Mensajera”.

Llamar, se encontró registrada únicamente en el DLE, en cuanto al DEN, DICA y DA no se encuentra registrada.

leche magnesia:

DLE: No se encuentra registrada.

DEN: No se encuentra registrada.

DICA: No se encuentra registrada.

DA: No se encuentra registrada.

Leche magnesia, no se encontró registrada en ninguno de los diccionarios ni en el DLE, DEN, DICA ni DA, las palabras separadas si se encontraron pero no tienen el mismo significado que tienen juntas.

lavar:

DLE: tr. Limpiar algo con agua u otro líquido. U. t. c. prnl.

DEN: No se encuentra registrada.

DICA: Cr. Golpear a alguien.

DA: tr. Mx, Ho, Ni. Procesar el café con posterioridad al despulpe, que deja el grano limpio de pulpa y cáscara, utilizando gran cantidad de agua.

Lavar, se encontró registrada en el DLE, DICA y DA; pero solo el significado que nos da el DLE encaja con el de nuestra investigación, en el DEN no se encontró registrada.

mano:

DLE: f. Parte del cuerpo humano unida a la extremidad del antebrazo y que comprende desde la muñeca inclusive hasta la punta de los dedos.

DEN: No se encuentra registrada.



Léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales transmitidos durante el programa “La Paloma Mensajera”.

DICA: Gu, Ni. Unidad usada para contar frutas y verduras, equivalente a cinco productos de una misma clase.

DA: m. Mx, Gu, Ni, Pe, Bo. Unidad usada para contar frutas y verduras, equivalente a cinco productos de una misma clase.

Mano, se encontró registrada en el DLE, DICA y DA; pero solo el significado que nos da el DLE encaja con el de nuestra investigación, en el DEN no se encontró registrada.

muela:

DLE: f. Cada uno de los dientes posteriores a los caninos y que sirven para moler o triturar los alimentos.

DEN: No se encuentra registrada.

DICA: No se encuentra registrada.

DA: No se encuentra registrada.

Muela, se encontró registrada únicamente en el DLE, en cuanto al DEN, DICA y DA no se encuentra registrada.

mágica:

DLE: No se encuentra registrada.

DEN: No se encuentra registrada.

DICA: No se encuentra registrada.

DA: No se encuentra registrada.

Mágica, no se encontró registrada en ninguno de los diccionarios ni en el DLE, DEN, DICA ni DA.



Léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales transmitidos durante el programa “La Paloma Mensajera”.

moler:

DLE: tr. Quebrantar un cuerpo, reduciéndolo a menudísimas partes, o hasta hacerlo polvo.

DEN: tr. Hacer masa, con la ayuda de un metate o molino el maíz nesquizado.

DICA: Gu, El Salv, Ni, Cr. Realizar el coito.

DA: tr. ES, Ni. Realizar el coito. pop.

Moler, se encontró registrada en todos los diccionarios en el DLE, DEN, DICA y DA; los significados coinciden con el de nuestra investigación.

maíz:

DLE :m. Planta de la familia de las gramíneas, con el tallo grueso, de uno a tres metros de altura, según las especies, hojas largas, planas y puntiagudas, flores masculinas en racimos terminales y las femeninas en espigas axilares resguardadas por una vaina. Es indígena de la América tropical, se cultiva en Europa y produce mazorcas con granos gruesos y amarillos muy nutritivos.

DEN: No se encuentra registrada.

DICA: No se encuentra registrada.

DA: l ~ amarillo. m. Gu, Ho, ES, Ni, CR, Pa, RD, Ec, Pe, Bo, Py, Ur. Grano de maíz de color amarillo.

Maíz, se encontró registrada en el DLE y DA, ambos significados coinciden con el de nuestra investigación, en el DEN y DICA no se encuentra registrada.

máquina:

DLE: No se encuentra registrada.

DEN: No se encuentra registrada.



Léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales transmitidos durante el programa “La Paloma Mensajera”.

DICA: adj. Ho. Relativo a cosa, muy grande o abundante.

DA: No se encuentra registrada.

Máquina, se encontró registrada únicamente en el DICA, en cuanto al DLE, DEN y DA no se encuentra registrada.

material:

DLE: adj. Perteneiente o relativo a la materia.

DEN: No se encuentra registrada.

DICA: No se encuentra registrada.

DA: No se encuentra registrada.

Material, se encontró registrada únicamente en el DLE, en cuanto al DEN, DICA y DA no se encuentra registrada.

mal de orín:

DLE: m. Enfermedad del aparato urinario que ocasiona dificultad o incontinencia en la excreción.

DEN: No se encuentra registrada.

DICA: loc. sust. Ho. Cistitis.

DA: No se encuentra registrada.

Mal de orín, se encontró registrada en el DLE y DICA, ambos significados coinciden con el de nuestra investigación, en el DEN y DA no se encontró registrada.



Léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales transmitidos durante el programa “La Paloma Mensajera”.

medicina:

DLE: f. Conjunto de conocimientos y técnicas aplicados a la predicción, prevención, diagnóstico y tratamiento de las enfermedades humanas y, en su caso, a la rehabilitación de las secuelas que puedan producir.

DEN: No se encuentra registrada.

DICA: f. El Salv. Licor.

DA: No se encuentra registrada.

Medicina, se encontró registrada en el DLE y DICA, pero solo el significado del DLE encaja con el de nuestra investigación, en el DEN y DA no se encuentra registrada.

muerte:

DLE: f. Cesación o término de la vida.

DEN: No se encuentra registrada.

DICA: No se encuentra registrada.

DA: No se encuentra registrada.

Muerte, se encontró registrada únicamente en el DLE, en cuanto al DEN, DICA y DA no se encuentra registrada.

muñeca:

DLE: f. Parte del cuerpo humano en donde se articula la mano con el antebrazo.

DEN: No se encuentra registrada.

DICA: Ni. Homosexual.

DA: f. Ni. Homosexual.



Léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales transmitidos durante el programa “La Paloma Mensajera”.

Muñeca, se encontró registrada en el DLE, DICA y DA, pero solo el significado que nos da el DLE encaja con el de nuestra investigación, en el DEN no se encontró registrada.

muscular:

DLE: adj. Perteneciente o relativo a los músculos.

DEN: No se encuentra registrada.

DICA: No se encuentra registrada.

DA: No se encuentra registrada.

Muscular, se encontró registrada únicamente en el DLE, en cuanto al DEN, DICA y DA no se encuentra registrada.

muy muy barato:

DLE: No se encuentra registrada.

DEN: No se encuentra registrada.

DICA: No se encuentra registrada.

DA: No se encuentra registrada.

Muy muy barato, no se encontró registrada en ninguno de los diccionarios ni en el DLE, DEN, DICA ni DA; las palabras por separado si se encuentran pero su significado no encaja con el de ellas juntas.

no hay donde perderse:

DFR: No se encuentra registrada.

No hay donde perderse, no se encuentra registrada en el diccionario de fraseologismos (DFR).



Léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales transmitidos durante el programa “La Paloma Mensajera”.

oído:

DLE: m. Sentido corporal que permite percibir los sonidos.

DEN: No se encuentra registrada.

DICA: No se encuentra registrada.

DA: No se encuentra registrada.

Oído, se encontró registrada únicamente en el DLE, en cuanto al DEN, DICA y DA no se encuentra registrada.

orinar:

DLE: intr. Expeler naturalmente la orina. U. t. c. prnl.

DEN: No se encuentra registrada.

DICA: No se encuentra registrada.

DA: intr. prnl. Ni, RD. Sentirse atraído por una persona o estar enamorado de ella.

Orinar, se encontró registrada en el DLE, y DA, pero solo el significado que nos da el DLE encaja con el de nuestra investigación, en el DEN y DICA no se encuentra registrada.

obrero:

DLE: adj. Que trabaja. U. t. c. s.

DEN: No se encuentra registrada.

DICA: adj. Ho. Relativo a burro, que es semental.

DA: No se encuentra registrada.

Obrero, se encontró registrada en el DLE y DICA, pero solo el significado que nos da el DLE encaja con el de nuestro trabajo, en el DEN y DA no se encuentra registrada.



Léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales transmitidos durante el programa “La Paloma Mensajera”.

parásito:

DLE: tr. Biol. Dicho de un ser vivo: Utilizar como alimento a otro ser vivo sin llegar a matarlo.

DEN: No se encuentra registrada.

DICA: No se encuentra registrada.

DA: m. y f. Ni, PR. Estudiante que copia de otro en los exámenes. est.

Parásito, se encontró registrada en el DLE y DA, pero solo el significado que nos da el DLE encaja con el de nuestro trabajo, en el DEN y DICA no se encuentra registrada.

prestigio:

DLE: m. Pública estima de alguien o de algo, fruto de su mérito.

DEN: No se encuentra registrada.

DICA: No se encuentra registrada.

DA: No se encuentra registrada.

Prestigio, se encontró registrada únicamente en el DLE, en cuanto al DEN, DICA y DA no se encuentra registrada.

porte:

DLE: No se encuentra registrada.

DEN: No se encuentra registrada.

DICA: No se encuentra registrada.

DA: No se encuentra registrada.



Léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales transmitidos durante el programa “La Paloma Mensajera”.

Porte, no se encontró registrada en ninguno de los diccionarios ni en el DLE, DEN, DICA ni DA.

precio:

DLE: m. Valor pecuniario en que se estima algo.

DEN: No se encuentra registrada.

DICA: No se encuentra registrada.

DA: No se encuentra registrada.

Precio, se encontró registrada únicamente en el DLE, en cuanto al DEN, DICA y DA no se encuentra registrada..

potrero:

DLE: m. Sitio destinado a la cría y pasto de ganado caballar.

DEN: No se encuentra registrada.

DICA: m. AC. Terreno cercado y con pastos para alimentar y guardar ganado.

DA: m. Mx, Gu, Ho, ES, Ni, CR, Pa, Cu, RD, Co, Ve, Ec, Pe, Bo, Ch, Py, Ar, Ur. Terreno cercado y con pastos para alimentar y guardar ganado.

Potrero, se encontró registrada en el DLE, DICA, DA; los significados encajan con el de nuestra investigación, en el DEN no se encuentra registrada.



Léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales transmitidos durante el programa “La Paloma Mensajera”.

pulpería:

DLE: f. Arg., Bol., Chile, C. Rica, Ec., Guat., Hond., Méx., Nic., Perú, R. Dom., Ur. y Ven.
Tienda donde se venden artículos de uso cotidiano, principalmente comestibles.

DEN:f. Tienda de comestibles y otros artículos de primera necesidad que se venden al detalle. ...había una pulpería, que no es un expendio de pulpos, como creería en la década de los ochenta una diplomática ...

DICA: f. Ho. Oficina, ministerio o cualquier lugar de trabajo.

DA: Gu, Ho, ES, Ni, CR, RD, Co:SO, Ve, Ec, Bo:C,E,S; Ch, Ar, Ur, obsol; Mx, Pe, p.u.
Establecimiento típico de la zona rural, donde se venden víveres, bebidas alcohólicas, instrumentos de trabajo, artículos de ferretería, de mercería y de quincallería.

Pulpería, se encontró registrada en todos los diccionarios en el DLE, DEN, DICA y DA, todos los significados encajan con el de nuestra investigación, excepto el del DICA.

pinolero:

DLE: adj. El Salv. yHond. nicaragüense. Apl. a pers., u. t. c. s.

DEN :adj. [Dicho del nicaragüense] por su hábito de beber pinol. U.t.c.s. Soy puro pinolero, nicaragüense por gracia de Dios. S. Tapia. De la canción “Pinolero por gracia de Dios”. ...

DICA: adj. Ni. Relativo al pinol, arina de maíz tostado. || 2. Gu, Ho, El Salv, Ni, CR. Relativo a Nicaragua.

DA: adj. Gu, Ho, ES, Ni, CR. Relativo a Nicaragua. pop + cult → espon.

Pinolero, se encontró registrada en todos los diccionarios en el DLE, DEN, DICA y DA; los significados encajan con el de nuestra investigación.



Léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales transmitidos durante el programa “La Paloma Mensajera”.

persona:

DLE: f. Individuo de la especie humana.

DEN: No se encuentra registrada.

DICA: No se encuentra registrada.

DA: No se encuentra registrada.

Persona, se encontró registrada únicamente en el DLE, en cuanto al DEN, DICA y DA no se encuentra registrada.

pajuelilla:

DLE: No se encuentra registrada.

DEN: f. colq. Parásito del intestino que produce escozor en el ano. 2. m./f. Niño hiperactivo. var. tarabilla.

DICA: f. Ni. Picazón en el ano que provoca la pajueta.

DA: I. 1.f. Ni. Picazón en el ano que provoca la pajueta.

Pajuelilla, se encontró registrada en el DEN, DICA y DA; los significados encajan con el de nuestra investigación, en el DLE no se encuentra registrada.

planta:

DLE: f. Ser vivo autótrofo y fotosintético, cuyas células poseen pared compuesta principalmente de celulosa y carecen de capacidad locomotora. U. t. en pl. como taxón.

DEN: f. Central telefónica. 2. Generador de energía. 3. Central eléctrica.

DICA: f. Gu. Desfachatez.

DA: f. Ho, Ni, CR, Pa, Cu, Ve, Ec, Pe, Bo, Ch, Py, Ar. Central eléctrica.



Léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales transmitidos durante el programa “La Paloma Mensajera”.

Planta, se encontró registrada en todos los diccionarios en el DLE, DEN, DICA y DA; pero solo el significado que nos da el DLE encaja con el de nuestra investigación.

panzón:

DLE: adj. De panza grande.

DEN: No se encuentra registrada.

DICA: No se encuentra registrada.

DA: No se encuentra registrada.

Panzón, se encontró registrada únicamente en el DLE, en cuanto al DEN, DICA y DA no se encuentra registrada.

purgar:

DLE: tr. Limpiar, purificar algo, quitándole lo innecesario, inconveniente o superfluo.

DEN: tr. Excluir [a alguien] de una actividad.

DICA: tr. El Salv. Enfadar mucho a alguien.

DA: No se encuentra.

Purgar, se encontró registrada en el DLE, DEN y DICA; pero solo el significado que nos da el DLE encaja con nuestra investigación, en el DA no se encuentra registrada.

pegar una prensada:

DFR: No se encuentra registrada.

Pegar una prensada, no se encuentra registrada en el diccionario de fraseologismos (DFR).



Léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales transmitidos durante el programa “La Paloma Mensajera”.

rollo:

DLE: m. Porción de tejido, papel, etc., que se tiene enrollada en forma cilíndrica.

DEN: m. Tela envuelta en forma circular que las mujeres usan sobre la cabeza para cargar.
var. tetón, yagual. 2. Especie de tubo plástico o de cartón que la mujeres usan para encrespase el pelo.

DICA: m. Gu. Discusión acalorada.

DA: m. Ho, ES, Ni, Cu, Bo, Ur. Problema, asunto de difícil solución.

Rollo, se encontró registrada en todos los diccionarios en el DLE, DEN, DICA y DA; pero solo el significado que nos da el DLE encaja con el de nuestra investigación.

raíz:

DLE: f. Órgano de las plantas que crece en dirección inversa a la del tallo, carece de hojas e, introducido en tierra o en otros cuerpos, absorbe de estos o de aquella las materias necesarias para el crecimiento y desarrollo del vegetal y le sirve de sostén.

DEN: No se encuentra registrada.

DICA: No se encuentra registrada.

DA: No se encuentra registrada.

Raíz, se encontró registrada únicamente en el DLE, en cuanto al DEN, DICA y DA no se encuentra registrada.

remedio:

DLE: m. Medio que se toma para reparar un daño o inconveniente.

DEN: No se encuentra registrada.



Léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales transmitidos durante el programa “La Paloma Mensajera”.

DICA: No se encuentra registrada.

DA: || santo ~. m. Mx, Ho, ES, Ni, CR, PR, Co, Ec, Pe, Ch; Pa, Ve, Bo, Py, Ar, Ur, pop + cult → espon. Solución inmediata y eficaz.

Remedio, se encontró registrada en el DLE y DA; ambos significados encajan con el de nuestra investigación, en el DEN y DICA no se encuentra registrada.

reumatismo:

DLE: m. Enfermedad que se manifiesta generalmente por inflamación de las articulaciones de las extremidades.

DEN: No se encuentra registrada.

DICA: No se encuentra registrada.

DA: No se encuentra registrada.

Reumatismo, se encontró registrada únicamente en el DLE, en cuanto al DEN, DICA y DA no se encuentra registrada.

raflá:

DLE: No se encuentra.

DEN: interj. Voz onomatopéyica cuyo sonido imita la rapidez con la que se dice o se hace algo.

DICA: interj. Ni. Expresa la rapidez con la que se hace algo.

DA: interj. Ni. Expresa la rapidez con que se hace algo.

Raflá, se encontró registrada en el DEN, DICA y DA; los significados encajan con el de nuestra investigación, en el DLE no se encuentra registrada.



Léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales transmitidos durante el programa “La Paloma Mensajera”.

riales:

DLE: No se encuentra registrada.

DEN: No se encuentra registrada.

DICA: No se encuentra registrada.

DA: No se encuentra registrada.

Riales, no se encuentra registrada en ninguno de los diccionarios ni en el DLE, DEN, DICA ni DA.

solución:

DLE: f. Satisfacción que se da a una duda, o razón con que se disuelve o desata la dificultad de un argumento.

DEN: No se encuentra registrada.

DICA: No se encuentra registrada.

DA: No se encuentra registrada.

Solución, se encontró registrada únicamente en el DLE, en cuanto al DEN, DICA y DA no se encuentra registrada

súper bono:

DLE: No se encuentra registrada

DEN: No se encuentra registrada

DICA: No se encuentra registrada.

DA: No se encuentra registrada



Léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales transmitidos durante el programa “La Paloma Mensajera”.

Súper bono, no se encontró registrado en ninguno de los diccionarios ni en el DLE, DEN, DICA ni DA; las palabras por separado si se encontraron pero no tienen el mismo significado que tienen juntas.

tricocéfalo:

DLE: m. zool. Nematodo (Trichuristrichiura), cuyas hembras son de mayor tamaño que los machos. Son parásitos del hombre, al que pueden causar graves daños si la infestación es masiva. Se nutren de sangre.

DEN: No se encuentra registrada

DICA: No se encuentra registrada.

DA: No se encuentra registrada

Tricocéfalo, se encontró registrada únicamente en el DLE, en cuanto al DEN, DICA y DA no se encuentra registrada

toditita:

DLE: No se encuentra registrada

DEN: No se encuentra registrada

DICA: No se encuentra registrada.

DA: No se encuentra registrada

Toditita, no se encontró registrada en ninguno de los diccionarios ni en el DLE, DEN, DICA ni DA; toditita es el diminutivo de la palabra toda, que si se encuentra registrada.

tableta:

DLE: f. pastilla (|| porción de sustancia medicinal).

DEN: No se encuentra registrada



Léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales transmitidos durante el programa “La Paloma Mensajera”.

DICA: m. CR. Palo donde se enrolla la cuerda de pescar.

DA: No se encuentra registrada

Tableta, se encontró registrada en el DLE y DICA; pero solo el significado que nos da el DLE encaja con el de nuestra investigación, en el DEN y DA no se encuentra registrada.

tambor:

DLE: m. Instrumento musical de percusión, de madera o metal, de forma cilíndrica, hueco, cubierto por sus dos bases con piel estirada, que se toca con dos palillos.

DEN: m. Parte que el chompipe llena de aire; está ubicado en el pecho.

DICA: m. Pa. Baile típico nacional en el que un círculo formado por diferentes parejas rodea a otra que baila en el centro.

DA: Ni, Py; Cu, obsol. Envase para transportar líquidos.

Tambor, se encontró registrada en todos los diccionarios en el DLE, DEN, DICA y DA; pero solo el significado que nos da el DLE encaja con nuestra investigación.

trabajo:

DLE: m. Acción y efecto de trabajar.

DEN: No se encuentra registrada.

DICA: m. El Salv, CR, Pa. Acción con la que se pretende proteger o perjudicar a una persona mediante prácticas supersticiosas.

DA: No se encuentra registrada.

Trabajo, se encontró registrada en el DLE y DEN; pero solo el significado que nos da el DLE encaja con el de nuestro trabajo, en el DICA y DA no se encuentra registrada



Léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales transmitidos durante el programa “La Paloma Mensajera”.

uncinaria:

DLE: No se encuentra registrada.

DEN: No se encuentra registrada.

DICA: No se encuentra registrada.

DA: No se encuentra registrada.

Uncinaria, no se encuentra registrada en ninguno de los diccionarios ni en el DLE, DEN DICA ni DA.

ulcera:

DLE: tr. Causar úlcera. U. t. c. prnl.

DEN: No se encuentra registrada

DICA: m. f. El Salv. Persona enfadada y agresiva.

DA: No se encuentra registrada.

Úlcera, se encontró registrada en el DLE y DICA; pero solo el significado que nos da el DLE encaja con nuestra investigación, en el DEN y DA no se encuentra registrada.

vender al detalle:

DLE: No se encuentra registrada

DEN: No se encuentra registrada

DICA: No se encuentra registrada.

DA: No se encuentra registrada



Léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales transmitidos durante el programa “La Paloma Mensajera”.

Vender al detalle, no se encontró registrada en ninguno de los diccionarios ni en el DLE, DEN, DICA ni DA; las palabras por separados si se encuentran pero no tienen el mismo significado que tienen juntas.

vender al mayoreo:

DLE: No se encuentra registrada

DEN: No se encuentra registrada

DICA: No se encuentra registrada.

DA: No se encuentra registrada.

Vender al mayoreo, no se encontró registrada en ninguno de los diccionarios ni en el DLE, DEN, DICA ni DA; las palabras por separados si se encuentran pero no tienen el mismo significado que tienen juntas.

vamos a moler::

DFR: No se encuentra registrada.

Vamos a moler, no se encuentra registrada en el diccionario de fraseologismos (DFR)

yunai:

DLE: No se encuentra.

DEN: f. Nombre dado a los Estados Unidos de América. Obs. : Por la pronunciación corrompida de United.

DICA: m. pl. Ni. Estados Unidos de América.

DA: No se encuentra.

Yunai, se encuentra en el DEN y DICA, ambos significados encajan con el de nuestro trabajo, en el DLE y DA no se encuentra registrada.



Léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales transmitidos durante el programa “La Paloma Mensajera”.

Una vez realizada la Contrastividad de todas nuestras palabras y frases, se llegó a encontrar 73 palabras en el Diccionario de la Lengua Española, 25 en el Diccionario de Nicaragua, 41 en el Diccionario de Centroamericanismos y 27 en el Diccionario de Americanismos; las frases se contrastaron en el Diccionario de Fraseologismos, las cuales son 6. Y a nuestro glosario un aporte de 16 términos que no se encontraron en ninguno de los diccionarios antes expuestos.



Léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales transmitidos durante el programa “La Paloma Mensajera”.

9.4 Glosario del Léxico publicitario en los anuncios nacionales que se transmiten durante el programa “La Paloma Mensajera” a través de Tu Nueva Radio Ya en el período de enero a agosto del 2016.

Después de agrupar las palabras recopiladas a través del corpus, estas fueron extraídas y enumeradas, y así contrastar el significado de cada uno en el Diccionario de la Lengua Española, Diccionario del Español de Nicaragua y el Diccionario de Americanismo, se procedió a organizar el glosario con las palabras que no se encuentran registradas o que parecen con significado diferentes al que emplean al elaborar los anuncios nacionales con el habla popular de nuestro pueblo.

El glosario está compuesto 112 palabras del Léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales que se transmiten durante el programa “La Paloma Mensajera” a través de Tu Nueva Radio Ya en el periodo de enero a agosto del 2016.

En la microestructura, se aplicó el artículo lexicográfico de los elementos que presenta la planta del DEN, esto quiere decir su marca gramatical, diatópica y diastrática, significado.

Las abreviaturas y símbolos utilizados en el corpus fueron:

adj. adjetivo, adjetiva

adv. adverbio, adverbial

Loc. Locución

m. Masculino

f. Femenino

~ Virgulilla

// Igual



Léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales transmitidos durante el programa “La Paloma Mensajera”.

fr. Frase

v. Verbo

med. Medicina

pop. Popular

habl. Habla

dim. Diminutivo

tr. Transitivo

nic. Nicaragüense

quim. Químico

nom. Nominal



Léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales transmitidos durante el programa “La Paloma Mensajera”.

Glosario



Léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales transmitidos durante el programa “La Paloma Mensajera”.

A

agua. m.

1. // ~ **de buda.** loc. s. Med. Nat. nic. Remedio a base de distintos productos naturales que se utiliza como laxantes para el alivio estomacal.





Léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales transmitidos durante el programa “La Paloma Mensajera”.

aceite .m.

1. // ~ **fino.** loc.s. med. quim. nic. Medicamento a base de aceite que se utiliza como laxante para descongestionar el estómago.



2. // ~ **de almendra.** loc .s. med. quim. nic. Medicina natural que ayuda a mejorar la digestión.





Léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales transmitidos durante el programa “La Paloma Mensajera”.

alcohol. m.

1. // ~ **gel.** grup. nom. med. quim. nic. Desinfectante que se utiliza para eliminar los gérmenes y bacterias de las manos.





Léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales transmitidos durante el programa “La Paloma Mensajera”.

B

bota. f.

1.// ~ de hule grup. nom. cal. nic. Calzado que utiliza el obrero y el campesino para trabajo arduo e intenso.





Léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales transmitidos durante el programa “La Paloma Mensajera”.

C

casamentar. tr. habl. pop. Casamiento de forma prolongada, este vocablo es más utilizado en las zonas rurales.



contar. tr

1.// ~ **un cuento** fr. v. Inventar o decir una mentira, excusa o historia larga que es aceptada pero no creíble.





Léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales transmitidos durante el programa “La Paloma Mensajera”.

CH

chavalona. f. sust. habl. pop. nic. Dicho a la mujer mayor que aún se cree y se viste como una joven o chavala.





Léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales transmitidos durante el programa “La Paloma Mensajera”.

E

estar . intr

1.// ~ como nueva: grup. v. Aparentar no tener ningún tipo de uso.





Léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales transmitidos durante el programa “La Paloma Mensajera”.

F

fresquito. m. dim. Diminutivo de fresco o es una porción pequeña de la grande.





Léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales transmitidos durante el programa “La Paloma Mensajera”.

P

purgar. tr.1. Limpiar el estómago con algún tipo de laxante natural.

2. // tener relaciones sexuales con alguien de manera despectiva.





Léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales transmitidos durante el programa “La Paloma Mensajera”.

pegar. tr.

1.// ~ una prensada fr. v. Tomar a la pareja y besarla sin detenerse.





Léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales transmitidos durante el programa “La Paloma Mensajera”.

R

riales. sust. Cantidad de dinero exagerada, es decir más de la cuenta.





Léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales transmitidos durante el programa “La Paloma Mensajera”.

V

vamos intr.

1.// ~ **a moler** fr. v. connotación de acto sexual entre las parejas.





Léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales transmitidos durante el programa “La Paloma Mensajera”.

vender. tr.

1. // ~ **detalle.** grup. v. comerciar en cantidades de unidades pequeñas.



2. // ~ **mayoreo.** grup. v. comerciar en cantidades de decenas grandes.





Léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales transmitidos durante el programa “La Paloma Mensajera”.

9.5 Valoración cultural

Don Otto de la Rocha quien se encarga de la realización de estos anuncios publicitarios, les imprime una jocosidad bien propia del nicaragüense.

Es muy claro el gran valor cultural que presentan estos anuncios; para empezar el realizador de ellos es una figura representativa de la cultura nicaragüense como lo es don Otto de la Rocha, él se ha caracterizado por ser una de las personas más representativas de nuestra cultura e identidad nacional; aparte de eso el tipo de anuncio que se desarrolla caracteriza al típico nica del día a día, el nica trabajador y “jodedor” (alegre).

Una cualidad típica de don Otto en sus anuncios es el uso del doble sentido con las frases o palabras que dice en sus diálogos, él comentaba que esto de la ambigüedad (doble sentido) es muy particular del nicaragüense, ya que nosotros somos muy ingeniosos a la hora de crear apodos y darle un doble sentido a las cosas.

Hay que resaltar el tipo de léxico que se utiliza en los guiones de estos anuncios porque no es un lenguaje estándar, se utiliza un lenguaje coloquial, un lenguaje popular impregnado con ciertas jergas y un poco de argot; esto hace que los anuncios presenten un lenguaje rico de expresividad nicaragüense.

El habla con el ingenio van de la mano y es aquí en donde se hace mención de lo bandido que puede ser el nicaragüense a la hora de expresarse. Es por eso que sin duda alguna al utilizar este léxico proporciona en la población esa aceptación, pues se dirige hacia ellos a como hablan a diario.

Es por todas estas razones que estos anuncios presentan un enorme valor cultural, empezando por su escritor, seguido del guion, su intérprete y su impresionante lenguaje nicaragüense; también hay que destacar el tipo de ambientación que se le da a los anuncios que son muy propios del entorno social de nuestro país.



Léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales transmitidos durante el programa “La Paloma Mensajera”.

10. Conclusiones

Durante la realización de esta investigación se identificó el Léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales transmitidos durante el programa “La Paloma Mensajera” durante el período de enero a agosto del 2016, en el cual se encontró una inmensa riqueza léxica que contribuye a la caracterización en el español de Nicaragua.

10.1. Los anuncios recopilados permitieron obtener un corpus de 112 términos que conforman el léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales transmitidos durante el programa “La Paloma Mensajera”. De acuerdo con esto predominan grupos verbales, frases verbales, sustantivos, verbos transitivos, verbos intransitivos, grupo nominal, sustantivo, locución sustantiva y diminutivo.

10.2. Los 112 términos compilados permitieron que se ordenaran en campos semánticos en los cuales se distinguen la publicidad que hace referencia cada anuncio, entre ellos los de la salud, los de la ferretería Jenny, los de laboratorio SOLKA, los del laboratorio DISCARSA y muchos otros.

10.3 El análisis contrastivo con los Diccionarios DLE, DEN, DA y DICA, permitió determinar que de las 112 palabras recopiladas en los anuncios publicitarios, 16 de estas no aparecen registradas en ninguna de las obras consultadas dichas anteriormente.

10.4 Con los vocablos que no se encontraron registrados o que aparecen con diferentes significados en el DLE, DEN, DA y DICA, se elaboró un glosario formado por 16 términos entre ellos locuciones sustantivas, sustantivos, grupo nominales frases verbales, verbos transitivos, verbos intransitivos y un diminutivo. Cada palabra se le aplicó la planta del DEN con su respectiva marca gramatical.

10.5 En la valoración cultural se rescató la importancia de nuestra habla con sus variables y múltiples vocablos muy propios de nuestra cultura nicaragüense; aparte de ser una de las características más representativa de nuestra identidad, también nos hace destacar como personas con gran ingenio en la utilización del lenguaje.



Léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales transmitidos durante el programa “La Paloma Mensajera”.

11. Recomendaciones

Una vez que terminado el trabajo investigativo referido al Léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales transmitidos durante el programa “La Paloma Mensajera” durante el período de enero a agosto del 2016. Es importante destacar que hay algunos aspectos que se deben de tomar en cuenta para las futuras investigaciones que vayan a elaborarlas próximas generaciones.

11.1 Elaborar más trabajos investigativos del léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales que se aborden en otros medios de comunicación tales como: la televisión, la web, periódico y publicidad que este en las carreteras.

11.2 Rescatar la importancia del habla nicaragüense que utilicen las diferentes agencias de publicidad, porque de aquí se toma la ingeniosidad del léxico para la elaboración de los anuncios, dándole ese toque de algarabía, jocosidad e idiosincrasia que tiene Nicaragua.

11.3 Ampliar el estudio de este tema en otras fechas venideras, pues de aquí se obtendrá mayor información acerca del uso del habla popular que se esté utilizando con mayor frecuencia en la publicidad nacional.

11.4 Incluir en DEN, es decir, en el diccionario del español de Nicaragua, las palabras que se encontraron en esta investigación, como el principal aporte del léxico empleado en los anuncios publicitarios, siendo 16 nuevos vocablos de mucha relevancia.

11.5 Exponer la cultura nicaragüense en la elaboración de publicidad, en la cual se permita destacar lo que nos identifica como nicaragüenses, enfocado en el léxico como la presentación principal de la ingeniosidad e idiosincrasia de nuestro pueblo.



Léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales transmitidos durante el programa “La Paloma Mensajera”.

12. Bibliografía

Arellano, F. (2009) *Diccionario del español de Nicaragua*, 3. ° edición. Managua: PAVSA.

Alcaldía de Managua (2016) *Datos generales d Managua*. Recuperado: <http://www.managua.gob.ni/index.php?s=2001> [Consultado 30 de Agosto 2016].

Berruto, G. (1979) *La semántica*. México: Nueva imagen.

Castillo, A. (2014)

Fraseología verbal en la novelística de Gloria Elena Espinoza de Tercero: Un enfoque semántico-pragmático, Managua Julio 2014. (Tesis de licenciatura en dirección semántico – pragmático no publicada), UNAN- Managua, Managua, Nicaragua.

Dubois, J. et al (1979) *Diccionario de lingüística*. Madrid: Alianza editorial.

El Nuevo Diario (2009) *La Radio Ya nació con estrella*. Recuperado de: <http://www.elnuevodiario.com.ni/opinion/56491-radio-ya-nacio-estrella/>. [Consultado el 20 de agosto 2016].

García, R (1993) *Español básico*. Managua: Editorial Vanguardia.

Gallino, L (1995) *Diccionario de Sociología*. México: Siglo veintiuno editores, S.A

Mantica, C. (1989). *El habla del nicaragüense y otros ensayos*. San José: Libro Libre.

Martínez, J (1995). *Diccionario de lexicografía práctica*. Barcelona: BIBLIOGRAF, S.A.

Martínez, E, et. al. (2002) *Lingüística, teoría y aplicaciones*. Ariel, S.A.

Montes Giraldo, J. (1995) *Dialectología general e Hispanoamérica*, 3. ° edición.



Léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales transmitidos durante el programa “La Paloma Mensajera”.

Porto Dapena, J. (2002) *Manual de técnica lexicográfica*. Madrid: arco libros.

Proyecto Ayuda a Empresas (2014) *Cultura y Publicidad: Un debate acerca del uso de elementos propios de la “verdadera” cultura en los anuncios publicitarios*. Recuperado de: <https://proyectoayudaempresa.com/2012/02/04/cultura-y-publicidad-un-debate-acerca-del-uso-de-elementos-propios-de-la-verdadera-cultura-en-los-anuncios-publicitarios> [Consulta 28 de agosto 2016].

Richard, J, John, P y Heidi P. (1997) *Diccionario de lingüística aplicada y enseñanzas de lenguas*. Barcelona: Ariel, S.A.

Ramírez, T. (2012)

Análisis léxico semántico presente en el programa International News Network (INN), en los segmentos Jacinto Barba y Caso Fregado, transmitido por canal 4, a las 5:30 pm, los días domingo, durante el segundo semestre del 2012.(Tesis de licenciatura en dirección léxica no publicada), UNAN – Managua, Managua, Nicaragua.

Ruiz, S. (2012)

Caracterización Léxica del Español Nicaragüense; Formación de palabras por medio de procesos morfológicos, durante diciembre 2012. (Tesis de licenciatura en dirección léxica no publicada), UNAN – Managua, Managua, Nicaragua.

Real academia española (2010) *Manual de gramática básica*. Madrid:

Rosales M y Zamora Z (2016) *Diccionario de centroamericanismos*. Managua: Complejo Gráfico TMC.

Simone, R. (1993) *Fundamentos de lingüística*. Barcelona: Ariel, S.A.

Saussure, R (1913) *Curso de lingüística general*. Madrid: Alianza editorial.



Léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales transmitidos durante el programa “La Paloma Mensajera”.

Sampieri, R (2010), *Metodología de la investigación*. México: Miembro de la Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana.

Revista de música Scherzon (2013) *La radio y la cultura*. Recuperado de: <http://www.scherzo.es/node/5582>. [Consulta 2 de septiembre 2016].

William, A (2007) *Publicidad*. México: Editorial Impresora Apolo S. A.

Zamora, J y Guitart, J. (1998). *Dialectología hispanoamericana*. España: Almar.



Léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales transmitidos durante el programa “La Paloma Mensajera”.

13. Anexos

Léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales transmitidos durante el programa “La Paloma Mensajera” a través de Tu Nueva Radio Ya en el periodo de enero a agosto del 2016.

A continuación se expone el corpus compuesto por 8 anuncios radiofónicos, los cuales refieren a diferentes maneras de expresión del habla popular propia de Nicaragua. Son meramente nicaragüenses:

1. Lupita de mis amores te lo quiero confesar, ahorita si vos quieres nos vamos a casamentar; ay Aniceto me duele una muela y me duele el oído, no aguanto. Qué casualidad para esos dolores tengo Anestil, te voy a poner dos gotitas en el oído y dos gotitas en la muela. Abrí la boca, ahhh, aja ya está.

Aja Lupita y ahora, ahora si Aniceto estoy como nueva, que bueno que es Anestil.

Anestil es la gotita mágica que quita el dolor en un segundo, cuando te duela la muela o el oído, las gotitas mágicas de Anestil. Ahora venga mi currucuchita le voy a pegar una prensada de película.

2. Lupita vamos a moler. Aniceto vulgar. Te invito Lupita linda, te invito mi chavalona, te invito a moler maíz en mi máquina corona.

Corona la máquina de moler preferida de mi mama. Corona es la máquina de moler con un prestigio de años, puedes moler maíz, café y muchas cosas más. Cuando nos casemos te la voy a regalar, ojala que sea pronto. Es fácil de instalar y no se oxida porque esta bañada en estaño.

Entonces Lupita, vamos a moler café, vamos a moler maíz, con la máquina corona te voy a ser muy feliz.



Léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales transmitidos durante el programa “La Paloma Mensajera”.

3. Aniceto que haces aquí en la ferretería Jenny, comprando todo lo que necesito para hacer la casita y casarnos, y hay todo lo que necesitas? Aquí hay todo en materiales de construcción y ferreteros, los precios son bajísimos, si vas muy cargada es transporte es gratis. Es grandes esta ferretería Jenny. Es que venden al mayoreo y al detalle, atienden pedidos en toditita en Nicaragua, esta es la ferretería principal, de los semáforos de la mascota 75 varas al este, esta otra sucursal norte km 5 ½ , pegadito a Banpro Portezuelo y la sucursal más cercana y la sucursal Masaya del km 9½ , 100 mts arriba.

Ehh, si aquí esta Clodomiro, qué vas a comprar Clodomiro? Una libra de clavos y un porte, una libra de clavos y un porte.

4. Bonita finca y bonito ganado, son 120 manzanas se la compre a Porfirio y el ganado a Juan Quiroz, pero no la vas dejar este ganado algarete, tenes que hacer potreros y cercarlos con alambres de púa, eso te iba a decir, recomendame un buen alambre para cercarlo; compra alambre púas Búfalo o alambres de púas tigre, los dos son acerados, y resistentes, alambres de verdad.

Este alambre de púas Búfalo no es el que tiene pintado un Búfalo pintado en una cinta blanca y el alambre es brillante, y el alambre tigres es el que tiene pintado la cara de un tigre en una cinta blanca, correcto loco, lo puedes comprar en cualquier ferretería del país, compras el alambre y compras las grapas, cómpralo y me vas a contar un cuento.



Léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales transmitidos durante el programa “La Paloma Mensajera”.

5. Si le cuesta orinar, eso se llama mal de orín, entonces usted tiene que tomar Uropirin.

Uropirin lo venden en farmacias y pulperías de todo el país, no hay donde perderse, contra la chistata o el dañino mal de orín, tome Uropirin. Tome Uropirin y orine riquísimo.

6. Lupita, vos quieres que te regale este rollo de papel, es muy fuerte y con muchas hojas, yo confío mucho en él, claro que quiero papel 100% pinolero, al comprar este papel yo gasto menos dinero.

Si quiere limpiarse bien lo grito desde Managua al limpiarse con papel el papel de Nicaragua.

7. Esa industrial la bota de hule que yo quiero, esa industrial la bota de hule que prefiero, esa industrial la bota que yo quiero. Sí, mis amigos campesinos y obreros, cuándo vayan a comprar sus botas de hule, fíjense que sean industrial, fíjense que en la suela de abajo y en la bolsa diga siete gatos, no se les olvide que la bota industrial es única, es la mejor, es industrial.

Para el trabajo no existe otra mejor.

8. Del Canadá o a la Yunai con pocos riales quieres llamar, no andes buscando, no te enredes, tu súper bono tenes que usar; a Canadá o a la Yunai, muy muy barato con Movistar.

A Canadá o a la Yunai, muy muy barato con Movistar.

9. Aniceto mi mama y mi papa enfermos, compro medicina en la farmacia y no se alivian; hay un laboratorio que hace medicina con raíces y plantas que son barbarás, laboratorio discarsa, el de la botellita y qué medicinas hacen allí,



Léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales transmitidos durante el programa “La Paloma Mensajera”.

Discarsa tiene medicinas como laxantes, leche magnesia ya gua de buda, aceite fino, de almendras y mineral.

Y discarsa tiene algo para dejar de beber guaro? Claro solución discarsa, se lo toma uno y la tiene que parar.

10. Aniceto ya te fijaste en los chigiüines de la Felipa, están muy panzones esos son parásitos, le voy a decir a la Felipa que los purgue, no niña, las lombrices, las ulcinarias, las pajuelillas y los tricocéfalos, se acaban con Lombricera Santa Ana.

Y como se les da a lo chigiüines? Para lo chigiüines y para los adultos se les da una sola vez, dos tabletas de 20 mg de Lombricera santa Ana, ese es todo el tratamiento.

Será que con dos tabletas de lombricera santa Ana se le acaben los animales? Una sola dosis, se acaban las lombrices y todos los otros parásitos que tenga la persona.

Eso si hay que lavarse siempre las mano, entonces vos tenes que tomar lombricera Santa Ana, es que tas muy panzón

Que lupita esta...

11. Aniceto me mandaste a llamar, ay lupita me estoy muriendo, todo lo que como me cae mal, tócame la barriga, dale golpecitos.



Léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales transmitidos durante el programa “La Paloma Mensajera”.

A la parece tambor, ya voy a ir a comprar Alumín plus. Y ahora Aniceto cómo estás? Bien Lupita gracias a Alumín plus. Alumín es bueno para aliviar la acidez, para sacar los gases, para las úlceras en todas sus presentaciones y si es solka es bueno.

12. Aniceto fíjate que el chino se ha vuelto un gran bolo.

Para qué deje de ser un bolo está el producto solución discarsa, se lo dan en fresquito y hay vas a ver.

Ay. .Ay!!! Este dolor en las muñecas de las manos me tiene loca

Queres aliviarte Rafla?

Aja

Así se llama el producto de laboratorios discarsa, Rafla, te quita los dolores musculares, en las articulaciones, es contra la artritis y el reumatismo

Igggg... Cuanto sabes

Y cuando estés mal del estómago púrgate con agua de buda te limpia el estómago en dos patadas y la verdad es que para que no te enfermes mucho límpiate bien las manos con Discargel, alcohol en gel de laboratorios Discarsa, desinfecta la mano y el cuerpo.

Tienen de todo esos laboratorios Discarsa?

Haccete todos esos remedios y nos casamos Raflá.



Léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales transmitidos durante el programa “La Paloma Mensajera”.

Cuña de radio # 1

Cliente: Anestil

Objetivo: Posicionar a Anestil, como las gotitas número uno para contrarrestar el dolor de oído y muela.

Control	Entra pista musical de tema (Fadeout).
Aniceto	(Alegre/expresivo) Lupita de mis amores te lo quiero confesar, ahorita si vos querés nos vamos a casamentar.
Lupita	(Exclamativa/reocupada) ¡Ay Aniceto! me duele una muela y me duele el odio, no aguanto
Aniceto	(Exclamativo/asertivo) ¡Qué casualidad! Para esos dolores tengo Anestil. Te voy a poner dos gotitas en el oído y dos gotitas en la muela, abrí la boca.
Lupita	(Expresiva) ahhh....!
Aniceto	(Exclamativo/afirmativo) ¡aja! ya está. (Interrogativo) ¿Aja Lupita y ahora?
Lupita	(Afirmativo) ahora si Aniceto estoy como nueva, que bueno que es Anestil.
Aniceto	(Afirmativo) Anestil es la gotita mágica que quita el dolor en un segundo, cuando te duela la muela o el oído, las gotitas mágicas de Anestil. (Expresivo) Ahora venga mi currucuchita le voy a pegar una prensada de película.
Control	Sube pista musical conclusiva (Fadeout).



Léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales transmitidos durante el programa “La Paloma Mensajera”.

Cuña de radio # 2

Cliente: Corona

Objetivo: Posicionar a Corona como la marca número uno máquinas para moler.

Control	Entra pista musical de tema (Fadeout).
Aniceto	(Alegre/expresivo) Lupita vamos a moler
Lupita	(Afirmativa) Aniceto vulgar
Aniceto	(Expresivo) Te invito Lupita linda, te invito mi chavalona, te invito a moler maíz en mi máquina corona. (Informativo) Corona la máquina de moler preferida de mi mama. Corona es la máquina de moler con un prestigio de años, puedes moler maíz, café y muchas cosas más. (Afirmativo) Cuando nos casemos te la voy a regalar
Lupita	(Expresiva) Ojala que sea pronto
Aniceto	(Afirmativo) Es fácil de instalar y no se oxida porque esta bañada en estaño. (Expresivo) Entonces Lupita, vamos a moler café, vamos a moler maíz, con la máquina corona te voy a ser muy feliz.
Control	Sube pista musical conclusiva (Fadeout).



Léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales transmitidos durante el programa “La Paloma Mensajera”.

Cuña de radio # 3

Cliente: Ferretería Jenny

Objetivo: Posicionar a Ferretería Jenny como la ferretería número uno en toda Nicaragua.

Control	Entra pista musical de tema (Fadeout).
Lupita	(Interrogativa) Aniceto que haces aquí en la ferretería Jenny?
Aniceto	(Afirmativo) Comprando todo lo que necesito para hacer la casita y casarnos
Lupita	(Interrogativa) y hay todo lo que necesitas?
Aniceto	(Expresivo/asertivo) Aquí hay todo en materiales de construcción y ferreteros, los precios son bajísimos, si vas muy cargada es transporte es gratis.
Lupita	(Sorprendida/exclamativa) ¡Es grandes esta ferretería Jenny!
Aniceto	(Afirmativo) Es que venden al mayoreo y al detalle, atienden pedidos en toditita en Nicaragua, esta es la ferretería principal, de los semáforos de la mascota 75 varas al este, esta otra sucursal norte km 5 ½ , pegadito a Banpro Portezuelo y la sucursal más cercana y la sucursal Masaya del km 9½ , 100 mts arriba.
Lupita	(Exclamativa/interrogativa) ¡Eh!, si aquí esta Clodomiro, qué vas a comprar Clodomiro?
Clodomiro	(Cantando) Una libra de clavos y un porte, una libra de clavos y un porte.
Control	Sube pista musical conclusiva (Fadeout)



Léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales transmitidos durante el programa “La Paloma Mensajera”.

Cuña de radio # 4

Cliente: Alambres de púas Búfalo y Tigre

Objetivo: Posicionar a Búfalo y Tigre como las marcas del mejor alambre de púas.

Control	Entra pista musical de tema (Fadeout).
Aniceto	(Afirmativo) Bonita finca y bonito ganado
Campesino	(Afirmativo) Son 120 manzanas se la compre a Porfirio y el ganado a Juan Quiroz
Aniceto	(Curioso/afirmativo) pero no la vas dejar este ganado algarete, tenés que hacer potreros y cercarlos con alambres de púa
Campesino	(con tono de interés) eso te iba a decir, recomendame un buen alambre para cercarlo
Aniceto	(Afirmativo) compra alambre púas Búfalo o alambres de púas Tigre, los dos son acerados, y resistentes, alambres de verdad.
Campesino	(Interrogativo) ¿Este alambre de púas Búfalo no es el que tiene pintado un Búfalo pintado en una cinta blanca y el alambre es brillante, y el alambre tigres es el que tiene pintado la cara de un tigre en una cinta blanca?
Aniceto	(Afirmativo) Correcto loco, lo podes comprar en cualquier ferretería del país, compras el alambre y compras las grapas, cómpralo y me vas a contar un cuento. .
Control	Sube pista musical conclusiva (Fadeout).



Léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales transmitidos durante el programa “La Paloma Mensajera”.

Cuña de radio # 5

Cliente: Uropirin

Objetivo: Establecer a Uropirin como la mejor solución para el mal de orín.

Control	Entra pista musical de tema (Fadeout).
Aniceto	(Informativo/afirmativo) Si le cuesta orinar, eso se llama mal de orín, entonces usted tiene que tomar Uropirin.
Aniceto	(Asertivo) Uropirin lo venden en farmacias y pulperías de todo el país, no hay donde perderse, contra la chistata o el dañino mal de orín, tome Uropirin. Tome Uropirin y orine riquísimo.
Control	Sube pista musical conclusiva (Fadeout).



Léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales transmitidos durante el programa “La Paloma Mensajera”.

Cuña de radio # 6

Cliente: Papel

Objetivo: Posicionar a Papel como el mejor papel higiénico para el nicaragüense.

Control	Entra pista musical de tema (Fadeout).
Aniceto	(Alegre/expresivo) Lupita, vos querés que te regale este rollo de Papel, es muy fuerte y con muchas hojas, yo confío mucho en él
Lupita	(Exclamativa/expresiva) Claro que quiero papel 100% pinolero, al comprar este papel yo gasto menos dinero.
Aniceto	(Asertivo/expresivo) Si quiere limpiarse bien lo grito desde Managua al limpiarse con papel el papel de Nicaragua.
Control	Sube pista musical conclusiva (Fadeout).



Léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales transmitidos durante el programa “La Paloma Mensajera”.

Cuña de radio # 7

Cliente: Industrial.

Objetivo: Posicionar a Industrial, como la empresa en donde fabrican la mejor bota de hule, para el campesino y el obrero

Control	Entra pista musical de tema de bota industrial (Fadeout).
Aniceto	(Canto expresivo) ¡Esa industrial la bota de hule que yo quiero, esa industrial la bota de hule que prefiero, esa industrial la bota que yo quiero!
Aniceto	(Expresivo) Sí, mis amigos campesinos y obreros, (Afirmativo) cuándo vayan a comprar sus botas de hule, fíjense que sean industrial, fíjense que en la suela de abajo y en la bolsa diga siete gatos, (Afirmativo) no se les olvide que la bota industrial es única, es la mejor, es industrial...
Aniceto	(Afirmativo/ exclamativo) Para el trabajo no existe otra mejor!!!
Control	Sube pista musical conclusiva (Fadeout).



Léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales transmitidos durante el programa “La Paloma Mensajera”.

Cuña de radio # 8

Cliente: Movistar

Objetivo: Posicionar a Movistar, como la compañía de llamadas telefónicas internacionales más barata en todo el país.

Control	Entra pista musical de tema de movistar (Fadeout).
Aniceto	(Expresivo/ Afirmativo) ¡Del Canadá o a la Yunai con pocos reales quieres llamar, no andes buscando, no te enredes, tu súper bono tenes que usar; a Canadá o a la Yunai, muy muy barato con Movistar!
Aniceto	(Afirmativo / asertivo) ¡A Canadá o a la Yunai, muy muy barato con Movistar!.
Control	Sube pista musical conclusiva (Fadeout).



Léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales transmitidos durante el programa “La Paloma Mensajera”.

Cuña de radio # 9

Cliente: DISCARSA

Objetivo: Posicionar a DISCARSA, como el laboratorio de medicina natural número 1 en Nicaragua.

Control	Entra pista musical de tema rural (Fadeout).
Lupita	(Afirmativa/ preocupada) Aniceto mi mama y mi papa enfermos, compro medicina en la farmacia y no se alivian;
Aniceto	(Asertivo/ explicativo) Hay un laboratorio que hace medicina con raíces y plantas que son barbarás, laboratorio discarsa, el de la botellita y qué medicinas hacen allí, Discarsa tiene medicinas como laxantes, leche magnesia ya gua de buda, aceite fino, de almendras y mineral.
Lupita	(Dubitativo) ¿Y discarsa tiene algo para dejar de beber guaro?
Aniceto	(afirmativo) Claro solución discarsa, se lo toma uno y la tiene que parar.
Control	Sube pista musical conclusiva (Fadeout).



Léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales transmitidos durante el programa “La Paloma Mensajera”.

Cuña de radio # 10

Cliente: Lombricera santa Ana

Objetivo: Posicionar a Lombricera santa Ana, como el desparasitante más eficaz para eliminar los parásitos intestinales.

Control	Entra pista musical de tema pop (Fadeout).
Lupita	(Preocupada / asertiva) Aniceto ya te fijaste en los chigüines de la Felipa, están muy panzones esos son parásitos, le voy a decir a la Felipa que los purgue.
Aniceto	(Afirmativo/ asertivo) no niña, las lombrices, las ulcinarias, las pajuelillas y los tricocéfalos, se acaban con Lombricera Santa Ana.
Lupita	(Dubitativo) ¿Y cómo se les da a lo chigüines??
Aniceto	(Afirmativo) Para lo chigüines y para los adultos se les da una sola vez, dos tabletas de 20 mg de Lombricera santa Ana, ese es todo el tratamiento.
Lupita	(Dubitativo) ¿Será que con dos tabletas de lombricera santa Ana se le acaben los animales?
Aniceto	(Afirmativo / asertivo) Una sola dosis, se acaban las lombrices y todos los otros parásitos que tenga la persona. Eso si hay que lavarse siempre las mano,
Lupita	(Afirmativo) entonces vos tenes que tomar lombricera Santa Ana, es que tas muy panzón.
Aniceto	(Exclamativo) Que lupita esta!!!
Control	Sube pista musical conclusiva (Fadeout).



Léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales transmitidos durante el programa “La Paloma Mensajera”.

Cuña de radio # 11

Cliente: SOLKA

Objetivo: Posicionar a SOLKA, como el laboratorio que tiene los mejores medicamentos para los problemas gástricos en Nicaragua.

Control	Entra pista musical de tema (Fadeout).
Lupita	(Dubitativa) ¿Aniceto me mandaste a llamar?
Aniceto	(Expresivo / Afirmativo) ay lupita me estoy muriendo!!! Todo lo que como me cae mal, tócame la barriga, dale golpecitos.
Lupita	(Afirmativa) A la parece tambor, ya voy a ir a comprar Alumín plus.
Lupita	(Dubitativa) ¿Y ahora Aniceto cómo estás?
Aniceto	(Afirmativo/ expresivo) Bien Lupita gracias a Alumín plus. Alumín es bueno para aliviar la acidez, para sacar los gases, para las úlceras en todas sus presentaciones y si es solka es bueno!!!
Control	Sube pista musical conclusiva (Fadeout).



Léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales transmitidos durante el programa “La Paloma Mensajera”.

Cuña de radio # 12

Cliente: DISCARSA

Objetivo: Posicionar a DISCARSA, como el laboratorio en donde elaboran medicamentos para cualquier tipo de enfermedad.

Control	Entra pista musical de tema pop (Fadeout).
Lupita	(Afirmativa) Aniceto fíjate que el chino se ha vuelto un gran bolo.
Aniceto	(Asertivo) Para qué deje de ser un bolo está el producto solución discarsa, se lo dan en fresquito y hay vas a ver.
Lupita	(Expresiva) Ay.. Ay!!! Este dolor en las muñecas de las manos me tiene loca.
Aniceto	(Dubitativo) Queres aliviarte Rafla?
Lupita	(Dubitativa) aja?
Aniceto	(Afirmativo/ asertivo) sí se llama el producto de laboratorios discarsa, Rafla, te quita los dolores musculares, en las articulaciones, es contra la artritis y el reumatismo
Lupita	(Expresiva) Igggg.... Cuanto sabes!!!
Aniceto	(asertivo) Y cuando estés mal del estómago púrgate con agua de buda te limpia el estómago en dos patadas y la verdad es que para que no te enfermes mucho límpiate bien las manos con Discargel, alcohol en gel de laboratorios Discarsa, desinfecta la mano y el cuerpo.



Léxico empleado en los anuncios publicitarios nacionales transmitidos durante el programa “La Paloma Mensajera”.

Lupita	(Dubitativa) Tienen de todo esos laboratorios Discarsa?
Aniceto	(Expresivo) Haccete todos esos remedios y nos casamos Raflá
Control	Sube pista musical conclusiva (Fadeout).

