

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE NICARAGUA
UNAN - LEÓN

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN Y
HUMANIDADES

DEPARTAMENTO DE LENGUA Y LITERATURA



TITULO: "CAUSAS DEL USO INCORRECTO DE REGLAS
ORTOGRÁFICAS, EN DISTINTOS ANUNCIOS
PUBLICITARIOS, UBICADOS EN LOS MERCADOS
DE LA CIUDAD DE LEÓN"

AUTORES: CECILIA DEL CARMEN MARTÍNEZ CARRILLO.
INÉS VERÓNICA REYES MORÁN.

PARA OPTAR AL TÍTULO DE LICENCIADO EN CIENCIAS DE
LA EDUCACIÓN CON MENCIÓN EN ESPAÑOL

TUTOR: MS. GLORIA MARÍA TORREZ M.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Gloria M. Torrez'.

LEÓN, 12 DE MARZO DEL 2001

178.300
C.1

ESP
378.2
M385c
2001

ÍNDICE

Agradecimiento

Dedicatoria



Pág.

Introducción 1

Objetivos

a. Generales 5

b. Específicos 6

Hipótesis 7

Marco Teórico 8

Diseño Metodológico 33

Análisis, Discusión e Interpretación 45

de los datos

Conclusiones.....55

Recomendaciones57

Bibliografía.....59

Anexos.....61

-Anexo 1: Encuesta

-Anexo 2: Entrevista

-Anexo 3: Resultado Encuesta

-Anexo 4: Resultado de Entrevista

-Anexo 5: Ejemplo de anuncios publicitarios

escritos incorrectos.

-Anexo 6: Glosario

TEMA

“ Causas del uso incorrecto de Reglas Ortográficas en distintos anuncios publicitarios, ubicados en los Mercados de la ciudad de León”.

AGRADECIMIENTO

Primeramente le damos gracia a nuestro Creador que sin su ayuda de habernos prestado la vida, no hubiésemos culminado nuestro trabajo investigativo, agradecemos también a nuestra tutora Lic. Gloria María Tórrez por el apoyo brindado siendo este incondicional al momento de efectuar nuestro trabajo monográfico.

Agradecemos infinitamente a todas las personas que de manera directa e indirectamente contribuyeron a la recopilación de datos que hoy están plasmados en nuestra monografía.

Y de manera muy especial a nuestros padres que con muchos sacrificios nos apoyaron tanto económicamente como moralmente, logrando cumplir nuestras metas y logros propuestos.

DEDICATORIA

A DIOS: Agradezco a Él por darme entendimiento, sabiduría, entusiasmo y dedicación para realizar este trabajo.

A MIS PADRES: Amalia Carrillo y Jerónimo Salinas Martínez que con sacrificio han sido los principales artífices de la culminación de mi carrera, sin su apoyo, no hubiese sido posible lograrlo. Ellos han sido y son a la vez, la base de mi formación y guía de mis pasos.

Atte: Cecilia del Carmen Martínez Carrillo

DEDICATORIA

Dedico el presente trabajo monográfico primeramente a mi madre **Betty Verónica Morán** que con mucho esfuerzo y sacrificio me ayudó a salir adelante.

Y a mi familia que está conformada por mi hijo **Abraham Jafet Parajón Reyes** y mi esposo **Héctor José Parajón Moya** de quien obtuve ayuda económica y moral para poder salir adelante y ser una buena profesional en el futuro.

Atte: Dñs Verónica Reyes Morán

INTRODUCCIÓN

INTRODUCCIÓN

En la educación Nicaragüense, el estudio de la ortografía ha sido la rama del lenguaje que más se ha descuidado en todos los niveles.

No es extraño, encontrar profesionales que escriben un comentario o texto, con cuatro o cinco errores ortográficos o de forma desastrosa. El mal está en la raíz, el tronco y en todas las partes de la planta ,pues a los planes y programas de estudios, desde un inicio no les han dado tanta importancia a esta parte de la gramática y los educadores también lo han descuidado al extremo de eliminarla, en los primeros años de primaria, que es donde se sientan las bases para un conocimiento sólido.

Otros de los problemas ha sido los cambios de gobierno, que a la vez modifican los programas; implementando en ellos sus intereses y no los de la población.

Además, pocos son los profesores e intelectuales nicaragüenses que han escrito textos o elaborado materiales para la enseñanza de la ortografía, a tal punto que el docente carece de las herramientas adecuadas para ayudar a este aspecto de la educación.

Es importante destacar que un escrito, sea una carta familiar, un documento de trabajo e inclusive un anuncio publicitario de cualquier índole, por descuido o ignorancia se presentan con errores ortográficos y deja una impresión gris de su autor , creando una confusión en el lector que por desconocimiento o falta de lectura acepta o duda de la forma correcta de escritura, transportando sus inquietudes a la rutina de escribir tal palabra y mostrarla a otros individuos. Éste, no conociendo la raíz de esta palabra, la modifica para hacer un ciclo de errores que se transmiten hasta el punto de contagiar a las personas que carecen de hábitos de lectura.

El grupo investigador, preocupado por la problemática de la ortografía, hemos seleccionado el tema de estudio: “ *Causas del uso incorrecto de reglas ortográficas, en los distintos anuncios publicitarios,*

ubicados en los mercados en la ciudad de León". La importancia que tiene para nosotros el estudio de la ortografía, es clave , debido a que nuestra investigación trata acerca de los errores ortográficos en los anuncios publicitarios impresos o manuscritos. Creemos que tales errores se presentan a diario y que es imposible dejar de notarlo. Realizaremos este estudio para demostrar que existen incorrecciones en la escritura de los anuncios publicitarios, conlleva esto a un deterioro de nuestro idioma, en lo que respecta a la lectura y escritura de una palabra.

Estos anuncios publicitarios son medios visibles y que toda la sociedad lo lee en donde se encuentran, en cualquier parte de la ciudad, y que para su correcta escritura se requiere de un conocimiento teórico, práctico, buen uso y manejo de las reglas ortográficas que le serán de utilidad para su forma de pronunciar y de escribir correctamente las palabras.

Por medio de esta investigación, presentaremos también errores ortográficos en la utilización de algunas jergas en anuncios escritos, nos

preocupa; tal situación porque conociendo la falta de hábito de lectura en nuestra sociedad y la influencia de estos anuncios mal redactados, estos pueden dar un giro no constructivo hacia el aprendizaje de la ortografía por parte de nuestros habitantes principalmente aquellos que no poseen la costumbre de leer textos.

Esta problemática se ha venido dando desde años atrás ya que muchas personas por su condición económica no pudieron tener superación académica y por el poco estudio adquirido es que cometen muchos errores ortográficos. En cuanto a las personas que tienen un nivel académico un poco más avanzado siempre cometen errores, pero éstas no las corrigen, por el poco interés en cuanto al uso y manejo de reglas ortográficas.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Indagar las principales causas que conllevan al uso incorrecto de reglas ortográficas en los distintos anuncios publicitarios, en los mercados de la ciudad de León.

OBJETIVOS ESPECIFICOS.

1. Señalar las causas del por que se cometen errores ortográficos en los distintos anuncios publicitarios de los mercados de la ciudad de León.
2. Analizar el uso incorrecto de reglas en los distintos anuncios publicitarios.
3. Explicar a través de ejemplos palabras escritas incorrectamente en anuncios publicitarios, señalando su regla y correcta escritura.

HIPÓTESIS

“ La mayoría de los errores ortográficos en los anuncios publicitarios de los mercados en la ciudad de León, se debe a la falta de práctica y conocimiento de las reglas ortográficas.”



MARCO TEÓRICO

MARCO TEÓRICO

La ortografía es para la escritura lo que son las buenas maneras para la vida en sociedad. Escribir las palabras correctamente es índice de educación, cuidado, buen gusto y aprecio por el empleo adecuado de las formas de las palabras y que se aprenden por medio de la vista; existen personas que tienen memoria visual y les resulta más fácil el estudio de la ortografía, pero existe otras que no poseen este tipo de memoria basándose sólo en la vista, que no logran aprender ortografía, cuando quieren usar las reglas ortográficas tampoco les sirve de mucho estudiar ortografía, es cuestión de método y dedicación.

La ortografía no es asunto inútil, es una obligación social, una forma que debemos de respetar, de lo contrario, hasta nuestros propios intereses pueden ser afectados.

En cuanto a la ortografía actual del castellano tiene varios rasgos interesantes, el más sorprendente es su aceptación universal, en otras

lenguas de gran extensión hay cambios de normas de unos lugares a otros. La ortografía actual del castellano con todos sus defectos tienen el gran valor de la uniformidad. Éste es un tesoro que hay que preservar. La ortografía es uno de los estudios que debe interesar al hombre en su cultivo y desarrollo que, constituyen la base de todos los adelantos intelectuales.

Hay lenguas a quienes tal vez no le dan perfección en su ortografía, para que perfeccionen su ortografía deben adoptar un gran número de letras nuevas, y formar otro alfabeto diferente al que hoy tienen. La ortografía no es corregir la pronunciación común, si no representarla fielmente .

La ortografía es de naturaleza auditiva y de naturaleza visual está comprobado por los psicólogos y pedagogos, para aprender ortografía debemos puntualizar los problemas ortográficos que existen, los cuales abarcan los tres tipos de ortografía, que son de gran importancia las que debemos dominarlas y practicarlas como son: ortografía literal, acentual y puntual.

La educación en nuestro país ha sido y será lo que prevalece en el ser humano, como un instrumento fundamental para la superación de cada individuo, ya que con una buena ortografía estamos demostrando las buenas maneras para la vida en sociedad y también de valorar nuestra capacidad, como nos reflejan los grandes escritores en sus pensamientos, que la ortografía, es el arte, de escribir correctamente las palabras y a la vez tiene reglas ya establecidas por la Real Academia Española. A continuación detallamos algunos pensamientos de grandes escritores, quienes reflexionan acerca del gran valor e importancia que posee la ortografía, como elemento fundamental en nuestra expresión escrita y oral :

1. “ Las artes de leer son como los cimientos en que descansa todo el edificio de la literatura y de la ciencia. Por medio del lenguaje se adquieren los conocimientos científicos”. (Andrés Bello).
2. “ La corrección idiomática no es deber, es un derecho al que deben acceder los ciudadanos libres”. (Manuel Álvar).

3. “Optó que cada letra debía tener un sonido distinto, y cada sonido debía de representarse por una sola letra”. (Antonio Nebrija).

- 4 . “ Las palabras inventadas, maltratadas o sacralizadas por la prensa, por los libros desechables, por los carteles de publicidad; habladas y cantadas por la radio, la televisión, el cine, el teléfono, los altavoces públicos; gritadas a brocha gorda en las paredes de la calle o susurradas al oído en las penumbras del amor”. (Gabriel García Márquez).

5. “ La ortografía es la que mejora las lenguas, conserva su pureza, señala la verdadera pronunciación y significación de las voces, y declara el legítimo sentido de lo escrito, haciendo que la escritura sea un fiel depósito de las leyes de las artes y de las ciencias”. (Real Academia Española).

6. “ La pronunciación no debía dominarse sola, establece que la lengua debe escribirse sencilla y naturalmente, pero sin introducir novedad ofensiva” (Juan López de Velasco)

ORIGEN DEL PROBLEMA ORTOGRÁFICO.

El origen del problema ortográfico se ha venido dando desde años atrás, el cual ha tenido diversidades de cambios en su escritura y su pronunciación.

Este problema está radicado en la desigualdad que hay entre letras y fonemas, el idioma de letras y de veinticuatro fonemas, en Hispanoamérica este problema se agudiza, porque nosotros no le damos la importancia adecuada a las letras de nuestro alfabeto. Los idiomas que tienen mucha influencia en el español son: inglés y el francés.

que son de gran influencia en nuestra lengua porque en ellas es imposible adaptar la escritura a la pronunciación.

Con relación a la búsqueda de solucionar el problema ortográfico, el español a través de la Real Academia Española, ha tratado de adaptar la pronunciación a la escritura, por ejemplo: Hace doscientos años la palabra "fósforo", se escribía así "phósforo", y en 1950 se autorizó eliminar la "p" ante de "s". Otro ejemplo que se podría mencionar es "sicología", pero los hablantes del idioma español son conservadores y se vuelven cada vez más reacios a los cambios lingüísticos, es por eso que la Real Academia Española adoptó tres principios fundamentales, para la formación de las reglas ortográficas:

1. Pronunciación

2. Uso constante

3. Origen.

LA PRONUNCIACIÓN

Es el único esencial y legítimo principio que merece la mayor atención porque siendo la escritura una imagen de las palabras, como estas lo son de los pensamientos, la pronunciación no siempre determina las letras con que se deben escribir las voces nacidas principalmente por los viciosos hábitos y por resabio de la mala enseñanza o de la inexacta instrucción en los principios, que se confunden en la pronunciación de algunas letras “b” (be) y “v” (uve).

La Real Academia Española aunque se muestre un poco reacia a la idea de adoptar la escritura a la pronunciación de las palabras, poco a poco ha venido cediendo terreno y dando pasos a este propósito con una cautela y posición bien desmesurada, porque si cada forma de

hablar se tuviera que acomodar una forma de escribir, eso daría como resultado una situación caótica, ya que estaría en una doble o triple ortografía y eso es completamente incorrecto, porque la idea sería que exista un régimen único de ortografía.

EL USO CONSTANTE Y EL ORIGEN

Son un desorden, por otra parte, que ninguno de éstos es tan general que pueda señalarse por regla invariable.

El uso constante desfigura el origen, esto quiere decir que muchas palabras las escribimos, no atendiendo a su origen, sino el uso y las costumbres. Por ejemplo:

Basura.....versura

Abogado.....advocatum

El origen muchas veces no puede ser regla general, especialmente en el estado presente de la lengua porque ha prevalecido la suavidad de la pronunciación o la fuerza del uso, también son muchas las dificultades que para escribir correctamente se presentan, porque no basta la pronunciación ni saber la etimología de las voces, sino que es preciso también averiguar si es común y constante.

Estas dificultades se desvanecen en gran parte y el camino debe seguirse en las reformas ortográficas que se presentarán por sí mismas a la vista, si recordamos cuál es el oficio de la escritura y el objeto de la ortografía.

PALABRAS DE MAYOR DIFICULTAD

En nuestro idioma la mayor dificultad que tenemos parte de los nicaragüenses, es la diferencia que existe entre las consonantes, al distinguirlas, pronunciarlas y escribirlas correctamente, por la poca importancia que se le da a las reglas ortográficas. Dentro del habla nicaragüense la lengua se mueve en dos direcciones: **la innovación y el conservadurismo.**

Innovadora, porque va creando y recreando formas y posibilidades expresivas de acuerdo con las necesidades de comunicación del grupo social y de la sociedad en su conjunto.

Conservadurismo condición de lo que son hostiles a la innovaciones sociales que se oponen al progreso de las reformas del alfabeto donde van incluidas las palabras de mayor dificultad.

USO DE LA “ B “ (BE) Y “ V” (UVE)

Uso de las diferentes consonantes como son B (be) y V (uve).
Encontramos algunos ejemplos que son de uso consonante y que toda la sociedad las pronuncia diariamente sin reparar el daño que ésta ocasiona. Estas consonantes tienen sonidos parecidos y por eso muchas personas no saben distinguir las en la pronunciación ni en la escritura, por eso sufre la V (uve) los mismos fenómenos señalados para la pronunciación de la B (be).

Existen palabras que se escriben parecidas, pero con la diferencia que sólo cambian las consonantes V (uve) y B (be) como son los casos:

1. **Bistec y Bisté:** Bisté sin c, es un vulgarismo que nosotros no reparamos en pronunciarlas bien, la palabra escrita correctamente es Bistec.

2. Vote – Bote

3. Ibamos – y vamos

4. Tuvo –tubo

5. Vaya – Baya

6. Vello – bello

USO DE “ G” y “ J”

En cuanto al uso de las consonantes G y J tienen dos sonidos diferentes, como es el sonido fuerte y sonido suave, en realidad, la duda en el empleo de estas dos consonantes sólo puede presentarse en los casos donde tienen idéntico sonido, es decir ante las vocales e, i, y nunca ante las vocales a, o, u, en cuanto a los diferentes sonidos fuerte y suave, para su acertado empleo deben tenerse en cuenta sus reglas.

A continuación ejemplos de cada una de las consonantes G y J:

Palabras con la consonante G:

Sonido Suave:

gorra

gamo

gloria

gama

magnífico

grillo

Sonido Fuerte:

gerente

gitano

gemelo

girar

gigante

Palabras con la consonante J:

Sonido fuerte:

caja

joya

juguete

cajeta

jarro

cojear

hereje

ojo

Excepciones de la consonante J:

esfinge

laringe

falange

faringe

Asimismo la G es el signo natural del sonido: Ga, Gue, Gui, Go, Gu, más no por eso podemos sustituirlas a la combinación Ga, siendo muda la U, porque la resiste el valor de J, que todavía se acostumbra dar aquella consonante cuando precede a las vocales E, I, convendrá empezar por no usar la G en ningún caso con el valor de J.

USO DE C , K, Z, Q

La consonante C tiene dos sonidos:

Uno Fuerte idéntico al de la consonante K con las vocales A, O, U, como en:

cama

coche

tabaco

acusar

culebra

Uno Suave idéntico al de la Z con las vocales E, I como en :

ceniza

cirio

vecino

producir

Los sonidos Ca, Co, Cu, equivalen a: Ka , Ko, Ku.

Los sonidos Ce, Ci, equivalen a: Ze, Zi.

Las combinaciones Que, Qui equivalen a: Ke, Ki.

Esta identidad de sonidos radica en la dificultad del uso ortográfico de estas consonantes. Se escriben con C las palabras con sonido fuerte a las vocales A, O, U, en cualquier consonante como:

cabeza

copa

cuba

clavel

crisis

Las palabras que tienen C final de sílaba como:

coñac

Las palabras con sonido suave de Z precede a las vocales E, I

como:

cero

circo

celeste

Las palabras que preceden de otras que terminan en Z cuando la C cambia en Z delante de E, I como:

paces – paz

jueces- juez

felices –feliz

Palabras de mayor excepción:

Zendavesta, zigzag.

Se escriben con Q las palabras que llevan el sonido fuerte de la C con las vocales E, I. La letra Q lleva una U muda entre las vocal con que suena formando el diagrama Qu, Que, según la Academia debe ser como una letra sencilla en el sonido y doble en el grafismo, como en :



Querer

Quitar

Esquela

Aquí

En otros tiempos se usó también la Q antes de vocales que no eran E, I, y así se escribía: quando, quatro. En donde la Q y la U tenían el valor de dos letras simples.

La K se usa sólo en algunas palabras en que ha querido respetar la ortografía originaria o etimológica como en:

Kilo

Kiosco

Kimono

Estas pueden también escribirse con Q:

Quilo

Quiosco

Quimono

FORMACIÓN DEL FEMENINO EN CIERTOS

NOMBRES

En el sexto Congreso de Academia de la Lengua Española (Caracas, 1972), los nombres y títulos de profesionales, dignidades, etc., antes reservados a los varones, deben emplearse en femenino cuando se aplican a mujeres, así lo dispuso el Congreso de Academia Española, mediante resolución aprobada por unanimidad.

El diccionario de la RAE de 1984 , ya registra Presidenta, es obvio que en los textos constitucionales, tratados, convenios y otros documentos similares aparece presidente, porque el masculino indica en este caso generalidad; pero cuando se aplica concreto en que la dignidad la ostenta una dama se debe usar en femenino: La Presidenta. Las mismas razones Militar en lo referentes a los títulos de profesiones: de modo genérico se usa más en masculino, cuando se aplican a mujeres, el femenino se impone.

El citado Congreso de Academia ha recomendado que cuando la formación del femenino se advierta, la oposición morfológica o las terminaciones de los nombres ha de proceder sin vacilaciones y que se debe prestar mucha atención cuando el término masculino termina en E.

Cuando se trata de derivados verbales: participios activos terminados en ANTE, los nombres encuadrados dentro del subgénero común:

1. El amante La amante
2. El cantante La cantante
3. El casateniente La casateniente
4. El terrateniente La terrateniente
5. El durmiente La durmiente

6. El funcionario autorizante..... La funcionario autorizante

A esta se contesta que la norma especialísima prevalece sobre las otras, porque con tal vocablo estamos designando una dignidad política que, al concederse a una mujer debe emplearse en femenino, así que actualmente tenemos en Nicaragua a una:

1. Presidenta

2. Estudiante

3. Negociante

Pertencen al subgénero común en que sólo varía el artículo que lo precede, pero no la estructura del nombre; por lo que deben emplearse:

- El femenino de Jefe, es Jefa: La Jefa

- El femenino de Postulante, es Postulante: mujer que pide ser admitida en una comunidad religiosa.

El caso de Postulante se aparta de la regla general y así debe aceptar porque en materia idiomática en ciertos casos prevalece sobre las normas el uso de la gente culta, vale decir, de los buenos escritores y oradores.

Desde el año de 1947 se vienen haciendo esfuerzos para emplear en femenino los nombres que con exclusividad se aplicaban a los hombres, pero siempre hay oposición .

YERROS PUBLICITARIOS



Entre los frecuente errores de comunicación social que suele cometerse en nuestro país, al escribir, tenemos el uso incorrecto de las preposiciones y de la concordancia al construir oraciones :

Repuestos Automotores en vez de Repuestos Automotrices: el adjetivo debe concordar en género y número con el sustantivo a que se junta: Repuesto en masculino; Automotrices en femenino.

El ministro fue a donde el médico en lugar de El ministro fue al médico.

Abril 15, es barbarismo porque lo correcto es 15 de Abril.

Amenazó a muerte, hay infracción de régimen preposicional, por el empleo inadecuado que se le llama Aismo, lo correcto sería Amenazó de muerte.

Hay violación de régimen de A , en los siguientes casos:

De acuerdo a lo convenido..... De acuerdo con lo
convenido.

De acuerdo a lo acordado..... De acuerdo con lo
acordado.

De acuerdo a lo dicho..... De acuerdo con lo
dicho.

De acuerdo a lo programado..... De acuerdo con lo
programado.



DISEÑO METODOLÓGICO

DISEÑO METODOLÓGICO.

Con el claro y preciso propósito de contribuir al uso correcto de la expresión hablada y escrita de nuestro idioma, y preocupada por el poco interés que se le da al uso correcto de la ortografía

Cotidianamente, en los distintos anuncios y propagandas distribuidos en la ciudad de León y más específicamente en los mercados de nuestra ciudad, hemos decidido realizar un estudio que lleva por título:

“Causas del uso incorrecto de reglas ortográficas en los distintos anuncios publicitarios, ubicados en los mercados de la ciudad de León”.

En algunas situaciones la poca preparación, es un elemento primordial de no saber con certeza de cómo se habla o se escribe un signo o Palabra, por lo que es necesario difundir los conocimientos prácticos del idioma, a cualquier persona sea o no preparada, la ortografía no es difícil, es cuestión de inducción, voluntad y sentido.

común de la responsabilidad intuitiva para sí y para la sociedad en que se desenvuelve.

La poca preocupación del gobierno en mejorar el sistema educativo en todos sus aspectos y en especial la ortografía, elemento fundamental en nuestro idioma y que es base de la expresión escrita, conlleva a que debemos tener un buen hábito en escribir las palabras correctamente. El uso y manejo de las reglas ortográficas, y la equivalencia defectuosa que tienen las personas en diferenciar la semejanza que tienen los sonidos y las letras, causan los trastornos de nuestra ortografía.

Para realizar nuestro estudio seleccionamos los cuatro mercados que se encuentran en la ciudad de León, en donde se observan con mucha frecuencia y de forma reiterada los errores ortográficos que muestran la falta de interés por parte de nuestra población lo que provoca un déficit educacional e intelectual.

En correspondencia a esta gran problemática decidimos indagar y analizar exhaustivamente las causas que generan este problema , por consiguiente nosotras como futuras docente en el área de Español, nos preocupa grandemente esta situación.

El tipo de estudio que llevamos a cabo en este trabajo investigativo, es Descriptivo, ya que este problema se refleja en el ámbito educativo y mayormente en lugares como los mercados, lugar muy frecuentado por muchas personas y en el que se observan grandes cantidades de anuncios publicitarios con errores ortográficos que circulan dentro y fuera de los mercados. Este tipo de estudio nos sirve para darnos cuenta del problema que existe, del uso incorrecto y mala aplicación de las distintas reglas ortográficas en determinadas palabras.

Esta preocupación nos conlleva a realizar un plan de trabajo que nos servirá como base para indagar más a fondo acerca de las causas principales que afectan el uso incorrecto de la reglas ortográficas. Para este trabajo nos propusimos las siguientes actividades:

- Visitar los cuatro mercados de la ciudad de León, y sus áreas para detectar los errores ortográficos, en anuncios, afiches, etc.
- Tomar en cuenta a las personas con quienes realizaremos nuestra investigación.
- Dirigir encuestas y entrevistas a los trabajadores de las distintas agencias publicitaria y mercados de la ciudad de León.

VISITA A LOS CUATRO MERCADOS Y CENTROS PUBLICITARIOS EN LA CIUDAD DE LEON

El grupo investigador preocupadas por la problemática relacionada con la ortografía y en especial en centros muy concurridos como son los mercados de la ciudad de León, iniciamos una observación diagnóstica, para detectar las palabras y grafías de mayor

dificultad que poseen las personas de esos centros de trabajo, para poder diferenciarlas, debido a la confusión que se da en el sonido al pronunciarlas y escribirlas. Los mercados que visitamos son los siguientes:

- Mercadito de Sutiava
- Mercado Central Raúl Cabeza
- Mercado de la Estación Santos Bárcenas
- Mercado La Terminal

En la observación realizada en los distintos mercados, nos dimos cuenta de la problemática que existe, encontrando grandes cantidades de errores ortográficos impresos en afiches como: papelógrafos, láminas de zinc, paredes, cuadros de maderas, pizarras acrílicas, cartones, mantas, rótulos y otros.

Pudimos visualizar los diferentes errores ortográficos, además la repetición y mala escritura de consonantes y vocales, el uso incorrecto de reglas ortográficas, ya sea por falta de interés de las personas que imprimen o redactan los anuncios publicitarios. Entre las consonantes que presentan mayor problema y cantidad de errores podemos mencionar: "C, S, Z, V, B, R" y en lo que respecta a las vocales tenemos: "Y", por "I", como por ejemplo, la palabra:

AZEYTE.....ACEITE

Este problema es preocupante, ya que los mercados además de ser centros de comercialización, son también una imagen del nivel cultural que poseen las personas que trabajan en dichos establecimientos, lo mismo que los anuncios publicitarios, que sirven de medios de comunicación visible.

Un factor que también incide en la poca preocupación de la ortografía es el avance tecnológico, ya que las personas se preocupan

menos por leer , siendo esta la base para la buena expresión tanto oral como escrita.

También se realizó la visita a cinco Centros Publicitarios, autorizados con el objetivo de conocer el nivel de preparación de las personas que trabajan en dichos centros, y que son las encargadas de redactar dibujar e imprimir los anuncios publicitarios. Se pudo conocer de que su nivel de escolaridad es un poco bajo, quizás una primaria casi concluida, otros tienen un bachillerato, pero se da el problema de la poca preocupación y desinterés en la aplicación correcta de las reglas ortográficas.

Para ilustrar acerca de este problema realizamos una recopilación del uso incorrecto de algunas palabras:

Uso Incorrecto

Uso Correcto

Se vende frigoles..... Se vende frijoles

Hay leche de baca. Hay leche de vaca

Se vende asucar..... Se vende azúcar

Se vende aceyte..... Se vende aceite

TOMAR EN CUENTA A LAS PERSONAS CON QUIEN REALIZAREMOS NUESTRA INVESTIGACIÓN

Después de haber realizado nuestra observación diagnóstica, procedimos a seleccionar la metodología y los instrumentos que utilizamos en nuestro estudio. Lo primero que hicimos fue la escogencia de la población en estudio, que en este caso fueron todos(as), las comerciantes que conforman los cuatro mercados de la ciudad de León.

Otras de las actividades fue la selección de nuestra muestra, la cual se limitó a cien comerciantes quienes estaban distribuidas en los cuatro mercados que se encuentran en nuestra ciudad. Además escogimos diez muestras, de cinco centros publicitarios, distribuyéndose dos para cada agencia de publicidad. A través de los instrumentos seleccionados nos vamos a dar cuenta de la problemática en cuanto a las Causas del uso incorrecto de la reglas ortográficas y si los publicista se preocupan por realizar correcciones a los anuncios que

elaboran, ya que éstos serán ubicados en lugares que son visibles por toda la población; influyendo esto en la percepción visual, de estas palabras, letras y grafías, tanto positivamente como negativamente en el enriquecimiento de nuestra vasta cultura.

**DIRIGIR ENCUESTAS Y ENTREVISTAS A LOS
TRABAJADORES DE LOS DISTINTOS MERCADOS Y
PUBLICISTAS DE LA CIUDAD DE LEÓN.**

El grupo investigador se reunió para discutir y analizar el tipo de instrumento que seleccionaríamos para la aplicación y recopilación de nuestra información y en la cual se nos expresara la información más precisa y objetiva acerca del tema en estudio, para esto dirigimos Encuestas y Entrevistas a las diferentes muestras seleccionadas, siendo

estas comerciantes y publicistas de los distintos mercados de la ciudad de León.

El objetivo propuesto en nuestra Encuesta y Entrevista es el de conocer en sí la problemática de la escritura incorrecta observada y que se reflejan por medio de los anuncios publicitarios, en los distintos mercados de la ciudad de León .

En la aplicación de la encuesta se distribuyeron en los diferentes mercados, específicamente 25 muestras para cada uno, las preguntas estaban organizadas en items, siendo las cinco con carácter cerrada y una pregunta abierta.

La Entrevista estuvo organizada en cinco preguntas todas cerradas, dirigidas a los encargados de los centros publicitarios y aplicándose dos por cada centro publicitario, para un total de diez entrevistas.

De la aplicación de estos instrumentos pretendemos recabar la información más precisa del por qué existe un uso incorrecto de la escritura y en especial de la poca preocupación de aplicar correctamente las reglas ortográficas en anuncios publicitarios.

ANÁLISIS, DISCUSIÓN E INTERPRETACIÓN DE LOS DATOS

El grupo investigador después de haber realizado la aplicación de los instrumentos como son : La Encuesta y Entrevista , procedió al análisis, discusión e interpretación de los datos.

En relación a la Encuesta ésta se aplicó con una muestra de cien comerciantes, distribuidas en los cuatros mercados de la ciudad de León, en las cuales obtuvimos los siguientes resultados:

- En lo que respecta a la primera pregunta y que contenía seis alternativas en cuanto al problema de la ortografía podemos decir que: Treinta y ocho comerciantes respondieron que existe Poco problema en la ortografía al leer los anuncios publicitarios, lo que equivale a un 38% . El resto de comerciantes respondieron de las siguientes manera: Veinte comerciantes dijeron que Algunas veces

leen los anuncios publicitario, reflejando un 20%; Dieciocho expresaron, que Siempre leen los anuncios publicitarios, equivalente a un 18%; Catorce argumentaron que no leen Mucho los anuncios, lo que equivale a un 14%; Siete dijeron en la encuesta que Nunca leen los anuncios, lo refeja un 7%; y Tres manifestaron de que no leen Nada de anuncios, con un porcentaje de 3%.

- La segunda pregunta se enfoca en la percepción visual de identificar algún error ortográfico en los anuncios publicitarios escritos, siempre aplicándose a las comerciantes de los diferentes mercados, las respuestas se distribuyeron en dos alternativas obteniendo los resultados siguientes: Sesenta y cuatro comerciantes, que reflejan un 64%, dijeron de que Sí podían identificar cualquier error ortográfico en los anuncios publicitarios; y las Treinta y seis restantes, que equivalen a un 36%, respondieron de que No podían identificar errores ortográficos en los distintos anuncios publicitarios.

- Esta pregunta que corresponde a la número tres nos permitirá analizar la preparación, interés y cuidado que se tiene al escribir cualquier anuncio o escrito, pudimos analizar que Sesenta y cinco, lo que refleja el 65% de comerciantes, respondieron que el Descuido al escribir es la causa de mayor incidencia en la incorrecta escritura de las palabras u oraciones en los anuncios publicitarios; Veinticinco comerciantes que equivalen al 25%, argumentaron que la incidencia de la incorrecta escritura se debe a la Poca preparación de los encargados en escribir estos anuncios publicitarios; Diez comerciantes, equivalentes a un 10%, externaron de que existe Poca interés en mejorar la correcta escritura de la palabras en los anuncios publicitarios.
- La cuarta pregunta se enmarca en la preparación que tienen los encargados de escribir y redactar las distintas propagandas publicitarias, el resultado que obtuvimos fue el siguiente: Cincuenta y un comerciantes, lo que constituye un 51%, respondieron de que podrían mejorar su ortografía Aplicando la

Lectura constante, Ejercitación diaria en alguna palabra que represente para él alguna dificultad, Consulta al diccionario por aquellas palabras que desconozca su escritura correcta o su significado, es decir aplicar todas las técnicas posibles para mejorar su ortografía; Veinticuatro comerciantes, que refleja un 24% respondieron de que pueden mejorar su ortografía aplicando y ejercitando las diferentes reglas ortográficas; Quince comerciantes lo que equivale al 15% dijeron que su ortografía la mejorarían si Consultaban constantemente el diccionario y Diez comerciantes lo que refleja un 10%, manifestaron que la Lectura es elemento esencial para mejorar la ortografía, ya que a través de ésta tenemos un amplio vocabulario para expresarnos mejor tanto oral y en especial la escrita quien está regida por reglas gramaticales y si el sentido no está claro tiende a distorsionarse el mensaje.

- En la quinta pregunta se aborda que Sí el Ministerio le ha brindado la debida importancia a este problema de la ortografía obteniendo como resultados de que : Sesenta y un comerciantes,

lo que equivale al 61%, nos respondieron que Sí el Ministerio de Educación, ha tratado de mejorar nuestra lengua escrita, pero existen algunos factores como son: el empirismo, la situación económica, falta de materiales y la poca motivación por parte del Gobierno , que conllevan a una aplicación incorrecta de la reglas ortográficas; Treinta y nueve comerciantes que refleja un 39%, argumentaron de que el Ministerio de Educación No, ha tratado de mejorar en alguna medida las faltas ortográficas.

ENTREVISTAS

En el proceso de nuestra investigación otro instrumento para recabar información, fue el de la Entrevista la que se aplicó en cinco Centros publicitarios que existe en la ciudad de León, se entrevistaron dos por cada centro, y estaba estructurada de cuatro alternativas con preguntas cerradas; los resultados fueron los siguientes:

- La primera pregunta abarca el grado de dificultad que tienen en cuanto a la ortografía, de cometer errores ortográficos al escribir sus anuncios publicitarios, podemos deducir que existe una equitatividad en que Cinco nos respondieron que Sí cometen errores ortográfico y los otros Cinco No cometen ningún error ortográfico. Esto no da una equivalencia del 50% en cada respuesta.

- Esta segunda pregunta aborda tres alternativas de las cuales podemos analizar de que Cinco centros Sí consultan Algunas veces y los otros Cinco que Casi siempre hacían consultas en el diccionario. También hubo un equilibrio del 50% en cada pregunta.
- En la tercera pregunta seis centros publicitarios lo que refleja un 60%, manifestaron de que Sí han escuchado quejas referentes a errores en sus anuncios y los Cuatro centros publicitarios, que equivale al 40%, no han recibido ninguna queja.
- La última pregunta está relacionada de que si alguna vez han recibido quejas públicamente de sus anuncios publicitarios, los Diez entrevistados respondieron de que Nunca han recibido ninguna queja. Lo que refleja en un 100%, de que nunca han

recibido ninguna sugerencia o crítica, aunque hayan incurrido en algún error ortográfico.

Podemos concluir de manera general después de haber realizado la aplicación de Encuesta y Entrevista, de que sí existe una dificultad en la correcta aplicación de las Reglas Ortográficas en los distintos anuncios publicitarios, partiendo de los siguientes factores que mencionaremos a continuación:

- Poca lectura, para el enriquecimiento del vocabulario.
- Descuido al escribir los anuncios publicitarios, no toma en cuenta la aplicación de algunas técnicas para tratar de cometer menos errores ortográficos, los que van a ser visibles en distintos lugares de nuestra ciudad y criticados por personas preocupadas en que nuestro idioma no se deteriore poco a poco.

- Pocasyconsultas al diccionario cuando hay duda acerca de alguna palabra.
- No existe ejercitación en aquella grafía que causan mayor problema, ya sea la “ C, S, Z, V, B, I, Y”, entre otras.
- La situación económica que conlleva a algunas personas con poca preparación a montar centros publicitarios, sin tomar como medida preventiva de que todo rótulo o anuncio que ellos escriban van a ser leídosy criticados por personas que tienen una percepción visual bien desarrollada en identificar y señalar los errores existente en cualquiera de estos anuncios. Además esto conlleva a un alto deterioro de nuestra lengua escrita y hablada.
- El Ministerio de Educación de una u otra manera es el eslabón fundamental para el buen desarrollo y aplicación del Uso Correcto de Reglas Ortográficas, pero por tener situaciones como: el empirismo, el salario de sus docentes, el material didáctico y sobre todo la gran cantidad de alumnos por aulas, no

hacen posible el desarrollo completo de las habilidades en cuanto al manejo y uso correcto de las reglas ortográficas.

CONCLUSIONES

El grupo investigador preocupado por la problemática de la ortografía y en especial con el tema en estudio como es la Causa del uso incorrecto de Reglas Ortográficas en los distintos anuncios publicitarios, ubicados en los mercados de la ciudad de León , hemos llegado a las siguientes conclusiones:

- Comprobamos de que existe dificultad al escribir las grafías como: “ B, V, C, S, Z, I , Y”, por no diferenciar bien los sonidos para cada una de las letras.
- La poca preocupación del conocimiento y dominio de reglas ortográficas, es un factor fundamental en la expresión escrita.

- El nivel cultural que tienen cada uno de los centros publicitarios se debe tomar muy en cuenta porque no todos tienen preparación debida, ya que algunos tienen un nivel académico bajo, por lo que ésto conlleva a que se vaya deteriorando nuestro idioma.
- Que el Ministerio de Educación exija más en sus programas de estudio, y no sólo en el área de Español sino en todas las asignaturas, el Uso correcto, dominio y aplicación de la ortografía .

RECOMENDACIONES.

El grupo de estudio después de haber investigado y detectado de que si existe problema en la correcta aplicación de las Reglas Ortográficas, proponemos algunas recomendaciones para tratar de mejorar este grave problema que nos involucra a todos en general. Las recomendaciones son las siguientes:

- Que los dueños de los centros publicitarios , adquieran un mejor conocimiento y dominio en cuanto al uso y aplicación de las distintas reglas ortográficas.
- Que el Ministerio de Educación , Cultura y Deportes (MECD), fomente el habito de la lectura y el continuo uso del diccionario de manera constante en todos lo niveles de educación , este debe de realizar y planificar concursos que motiven a los estudiantes a mejorar mas su ortografía.

- Que los medios de comunicación y centros de estudios publiquen, anuncien y expliquen , los diferentes cambios , que la Real Academia hace de alguna palabra.
- Que personas realicen critica de todas aquellas palabras o grafías que posean mayor dificultad, aclarando cómo deber ser su uso correcto.

BIBLIOGRAFÍA

- 1- Arellano, Jorge Eduardo (1994) Estudian la CH - LL para que dejen de ser autónoma Barricada
- 2- Coloma, Fidel (1977). Ortografía Fundamental. Cuarta ed. Managua , Nicaragua.
- 3- Chacón Verruga, Teudiselo (1996). Ortografía, Español. Segunda ed. Madrid , España.
- 4- Espinoza Mondragón, Braulio (1970). Enseñanza del Español en los ciclos básicos de Nicaragua. Managua, Monografía, UNAN- Managua.
- 5- Fuentes , Juan Luis (1988). Ortografía reglas y ejercicios. Segunda edición, México. Larrouse

- 6- Harn, Ernest (1970). Enseñanza de la ortografía . México
Centro Regional de ayuda técnico.
- 7- Mogollón González, María de los Angeles. Ortografía, Español
. Segundo curso.
- 8- Moreno, Sonia del Carmen (1991). Domina la ortografía.
Primer año de Educación Secundaria.
- 9- Moreno Pineda. Español .Libro de Texto.
- 10-Enrique Peña Hernández (1990-1998) Yerro Publicitarios.
Prensa Literaria.
- 11-Rodilla León, María José (1991). Ortografía. Educación
Media Básica.

ANEXOS

ANEXO I

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE NICARAGUA

UNAN-LEÓN

FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES

ENCUESTA

DIRIGIDA A TRABAJADORES DE DISTINTOS

MERCADOS DE LA CIUDAD DE LEÓN

OBJETIVO:

Recopilar información acerca de los frecuentes errores ortográficos en los distintos anuncios publicitarios.

Estimado señor o señora:

Mediante la presente solicitamos su tiempo y respuesta sincera que servirá de aporte a la realización de nuestro trabajo investigativo.

Te agradecemos de antemano y deseamos contestes nuestras preguntas sinceramente. ¡Gracias!

I. Datos Generales

A) Sexo _____ Edad _____

Ocupación _____

Nivel Académico:

Primaria _____ Secundaria _____

Universitario _____ Lic. _____ Mercado _____

1. ¿Qué tan a menudo lee Ud. los Anuncios Publicitarios?

Mucho _____ Poco _____ Nada _____

Algunas _____ Casi siempre _____ Nunca _____

¿Por qué?

2. ¿Podría reconocer algún error ortográfico en los anuncios publicitarios escritos?

Si _____ No _____ ¿Cómo?

3. De las siguientes causas ¿Cuáles piensa usted que inciden en la incorrecta escritura de palabras en los anuncios publicitarios?

Poca preparación _____ Poco interés _____ Descuido al escribir _____

4. ¿Cómo cree usted que podría mejorar sus faltas ortográficas?

A través de :

- Lectura_____
- Ejercitación_____
- Consultas a diccionarios_____
- Todas las anteriores_____

5. ¿Cree usted que el Ministerio de educación ha tratado en alguna medida de mejorar las faltas ortográficas en nuestro idioma?

Si_____ No_____ ¿Cómo?

6. ¿Qué sugerencias daría para mejorar este problema?

¡Muchas gracias!

ANEXO 2

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE NICARAGUA

UNAN-LEÓN

FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES

ENTREVISTA DIRIGIDA A LOS DIFERENTES PUBLICISTAS
DE LA CIUDAD DE LEÓN

Estimado Señor o señora:

La siguiente entrevista es con el propósito de conocer si Usted como medios publicitarios está consciente de que existen errores ortográficos en algunos anuncios y de qué forma poder evitarlos.

Pedimos sea honesto en su respuesta y agradecemos su valioso aporte para este estudio monográfico.

I. Datos Generales:

Sexo____ Edad____ Ocupación____

Nivel Académico:

Primaria____ Secundaria____ Universitario____

II: Conteste

a) ¿Cree usted cometer errores ortográficos al realizar un anuncio?

Si____ No____

b) ¿Consulta el diccionario cada vez que tiene duda de alguna palabra?

Algunas veces _____ Casi siempre _____ Ninguna _____

c) ¿Ha escuchado quejas sobre los errores cometidos en sus anuncios?

Si _____ No _____

d) ¿Se ha encontrado con el penoso caso de ser corregido públicamente?

Si _____ No _____

e) ¿Cómo cree usted que mejoraría este problema ortográfico?

ANEXO 3

RESULTADOS DE ENCUESTA

Pregunta 1	Mucho	Poco	Nada	Alguna	Casi siempre	Nunca
	14 %	38%	3%	20%	18%	7%

Pregunta 2	Si	No
	64%	36%

Pregunta 3	Poca preparación	Poco interés	Descuido al escribir
	25%	10%	65%

Pregunta 4	Lectura	Ejercitación	Consulta a Diccionario	Todas las anteriores
	10 %	24%	15%	51%

Pregunta 5	Si	No
	61%	39%

ANEXO 4

RESULTADO DE ENTREVISTA

Pregunta 1	Si	No
	50%	50%

Pregunta 2	Alguna veces	Casi siempre	Ninguna
	50%	50%	0%

Pregunta 3	Si	No
	60%	40%

Pregunta 4	Si	No
	0%	100%

ANEXO 5

ANUNCIOS PUBLICITARIOS ESCRITOS

INCORRECTAMENTE

- 1.-Talabartería de Doña Socorro CordovaTalabartería de Doña
Socorro Córdoba.
- 2.-Barbería el Nuevo Mileniun.....Barbería el Nuevo
Milenium.
- 3.-Hay frijoles cosidosHay frijoles cocidos.
- 4.-Va haber carne en baho.....Habrá Carne en Baho.
- 5.-Hay poyoHay pollo.
- 6.-Voleto en la taquillaBoleto en la taquilla.

7.-Se vende cavallo poniSe vende caballo poni.

8.-Vendo: asúcar – aceyteVendo: azúcar – aceite.

9.-Se vende fresco de : linasa.....Se vende fresco de:
linaza.

10.-Mal vien venido Aleman tamalMal bien venido Alemán
tamal.

11.-Alto voltage i no toque.....Alto voltaje i no toquei

12.-Se reparan bisicleta.....Se reparan bicicleta5

13.-Se argila esta casaSe alquila esta casa.

14.-Se vende refresco: hebada, chia, linasaSe vende refresco: cebada,
chilla, linaza.

- 15.-Hay: Gaceosa, arros, champo,.....Hay: gaseosa, arroz, bolís,
bollis, atum, pposicle. atún, popsicle.
- 16.-Centro naturalista con Farmacia.....Centro Naturalista con
todo en medicina. Farmacia.
- 17.-Hay leche de baca.....Hay leche de vaca.
- 18.-Se vende cervesa.....Se vende cerveza.
- 19.-Se vende javón.....Se vende jabón.
- 20.-Se enplástica.....Se emplastica.
- 21.-Se vende glu- glu y ielo.....Se vende glu- glu y hielo.
- 22.-Esta casa paga bigilanciaEsta casa paga vigilancia.

23.-Por favor, no votar vasura,Por favor no botar basura
no sean serdos. no sean cerdos.

24.-Hay: chocovanano – sicagarroHay: chocobanano –
cigarro.

25.-Foto 1pro. de Mayo.....Foto primero de Mayo.

26.-Hay fritanga en el diaHay fritanga.

27.-Se volcanisaSe vulcaniza.

28.-Fabor no habrir la puertaFavor no abrir la puerta.

29.-Belmon 10Belmont 10.

30.-Se les avisa a los Padres de Familias que las matriculas para
preescolar estan abiertas. Aquí en su preescolar “ El Pingüino”,
niveles de primer a tercer nivel..... Se les avisa a los Padres de

Familia que las matrículas de preescolar "El Pingüino", están
abiertas de primer a tercer nivel.

31.-C – vende.....Se vende.

32.-Hay tortiyas.....Hay tortillas.

33.-Pezcado.....Pescado.

34.-Recivimos sombríasRecibimos sombrillas.

35.-Tenemos calsetas y calsetines.....Tenemos calcetas y
calcetines.

36.-Arquilamos siyas.....Alquilamos sillas.

37.-Se vende makinaSe vende máquina.

38.-Nesesito un enpleadoNecesito un empleado.

39.-Votar la vasuraBotar la basura.

40.-Se vend´ camioneta.....Se vende camioneta.

ANEXO 6

GLOSARIO



- 1.- Postulante: mujer que pide entrar en una comunidad religiosa.
- 2.- Infracción: quebrantamiento de ley de las reglas ortográficas.
- 3.- Zigzag: serie de líneas que forman alternativamente ángulos entrantes y salientes.
- 4.- Uniformidad: igualdad.
- 5.- Conservadurismo: actitud o tendencia de los que son contrarios a las innovaciones políticas y sociales.
- 6.- Docto: muy instruido.

- 7.- Crema: diéresis: la crema hace pronunciar la u en las sílabas güe y güi.
- 8.- Jergas: lenguaje especial de ciertas profesiones o grupos, sinónimo caló, germanía y lengua.
- 9.- Innovadora: acción de innovar una innovación original. Sinónimo, modificación.
- 10.- Hostil: adjetivo contrario: sentimientos hostiles. Sinónimo, desfavorable.
- 11.- Brochas: dícese del pintor de puertas, ventanas, etc. Fig. familias. Dícese de la obra del mal pintor del mal poeta, etc. cuadro, verso de brocha gorda.
- 12.- Alfabeto: (m. Gr. ALPHA y BETA). Reunión de todas las letras de una lengua. Sinónimo, abecedario.

- 13.- Zeugma: f. (Del gr. Zeugma, reunión). Gram. Elipsis que se comete cuando un verbo o adjetivo relacionado con dos o más voces se expresa una sola vez: era de complexión recia, seco de carne, enjuto de rostro, gran madrugador y amigo de la caza.
- 14.- Anglicismo: m. Afición a lo inglés. Giro, vocablo o modo de hablar o propio de la lengua inglesa y empleado en otras.
- 15.- Zendo: adjetivo y s. Nombre de un idioma de la familia indo europea, en el que está escrito el Avesta.

