

## ESTUDIO DEL TEXTO II

### TIPOLOGÍAS TEXTUALES.

#### 1.-INTRODUCCIÓN.

Se entiende por **TEXTOS** todas aquellas emisiones habladas o escritas de cualquier longitud (desde un enunciado a un libro entero) que tengan unidad. Ya afirmábamos en el tema anterior que un texto es una unidad semántica- pragmática, ya que el sentido que ha de poseer todo texto ha de buscarse en una situación comunicativa determinada, en la que la intención del hablante, el destinatario, el canal utilizado y otros elementos de la comunicación delimitan su extensión, su carácter, su estructura y en definitiva sus rasgos lingüísticos.

Los textos se pueden clasificar desde puntos de vista muy diversos, y en cualquier caso nunca se trata de clasificaciones cerradas y bien definidas. La tipología que vamos a establecer y que utilizaremos en adelante no agota las posibilidades de clasificación, ni tampoco supone una separación tajante entre unos tipos y otros, puesto que lo normal es que en los textos se mezclen características de varias diferentes.

##### a) **SEGÚN EL CÓDIGO EMPLEADO:**

1. **VERBALES:** utilizan como código la lengua natural.
2. **NO VERBALES:** utilizan otros sistemas de signos (gestuales, icónicos...).

##### b) **SEGÚN LA INTENCIÓN DEL EMISOR:**

1. **INFORMATIVOS.** Función preferentemente referencial: memorias, informes, noticias...
2. **EXPLICATIVOS.** Función preferentemente referencial: exposiciones didácticas, conferencias, manuales, reportajes...
3. **PERSUASIVOS.** Función preferentemente conativa: artículos de opinión, debates, anuncios publicitarios...
4. **PRESCRIPTIVOS.** Función preferentemente conativa: instrucciones, normas, leyes...
5. **ESTÉTICOS.** Función preferentemente poética: textos literarios.

##### c) **SEGÚN LA VARIEDAD DEL DISCURSO:**

1. **EXPOSITIVOS.**
2. **ARGUMENTATIVOS.**
3. **DESCRIPTIVOS.**
4. **NARRATIVOS.**
5. **DIALOGADOS.**

##### d) **SEGÚN EL ÁMBITO TEMÁTICO:**

1. **TEXTOS CIENTÍFICO-TÉCNICOS.**
2. **TEXTOS HUMANÍSTICOS.**
3. **TEXTOS JURÍDICOS Y ADMINISTRATIVOS.**
4. **TEXTOS PERIODÍSTICOS.**
5. **TEXTOS PUBLICITARIOS.**
6. **TEXTOS LITERARIOS.**

En este tema, vamos a desarrollar los textos según el ámbito temático y para estudiar cada uno de ellos organizaremos cada apartado en cinco aspectos:

- ▶ Aspectos generales. Definición y delimitación de la tipología textual.
- ▶ Aspectos pragmáticos. Estudio de cada uno de los elementos que intervienen en el acto comunicativo y diversidad genérica.
- ▶ Aspectos estructurales y formas de elocución.
- ▶ Aspectos lingüísticos.
- ▶ Ejercicios y textos para comentario.

# 1.-EL LENGUAJE CIÉNTIFICO- TÉCNICO.

## 1.1.-ASPECTOS GENERALES.

Denominamos **textos de transmisión cultural** a aquellos que tienen como finalidad aumentar el caudal de conocimientos del destinatario en relación con un determinado campo de la cultura. Desde este punto de vista, a estos textos pertenecen tanto los textos científicos, los textos técnicos y los textos de las ciencias humanísticas.

En general, aplicamos el término ‘científico’ para referirnos a los textos de las ciencias fisiconaturales (Biología, Física, Química, Matemática, ...), el término ‘técnicos’ lo usaremos para referirnos a aquellas disciplinas que supongan aplicaciones prácticas de esas ciencias (informática, electrónica, mecánica, ...), y el término ‘humanístico’ lo utilizaremos para los textos propios de las ciencias y saberes que tratan al ser humano en su dimensión no física (historia, filosofía, lingüística, teoría literaria, etc...). Estós últimos los estudiaremos en el siguiente apartado.

## 1.2.-ASPECTOS PRAGMÁTICOS.

► **El emisor y su intención comunicativa:** posee unos conocimientos más o menos especializados sobre el tema que trata. Su intención es la de transmitir información => **Función comunicativa predominante:** la **referencial**. También podemos hallar la **función apelativa** en textos técnicos instructivos (pulsar el botón rojo para parar la lavadora...). Según su intención los textos científicos se pueden clasificar en:

-**De investigación:** tienen como finalidad presentar a la comunidad científica los resultados de nuevas investigaciones.

-**Instruccionales:** asesoran al receptor sobre el uso de instrumentos o productos (ej. un prospecto médico) o bien sobre procedimientos metodológicos (ej. cómo se prepara una disolución).

-**Didácticos:** tienen como finalidad aumentar los conocimientos del receptor.

► **El destinatario:** Como se trata de un lenguaje profesional, se exige que el lector tenga, al menos, un mínimo conocimiento sobre la materia. Dependiendo de este conocimiento hay una variedad tipológica:

-**Especializados:** mayor dificultad, sólo suelen ser inteligibles para especialistas. Muchas veces se sacrifica la claridad en pro del rigor y la precisión científica.(ej. un artículo de la revista *Mundo científico*).

-**Académicos:** concebidos para lectores iniciados e interesados en ampliar conocimientos sobre el tema. Su finalidad es didáctica, por lo que conjugan el rigor científico y terminológico con la claridad expositiva. Su autor recurre a definiciones, explicaciones, y ejemplos, así como a esquemas, gráficos, ilustraciones, etc. (ej. libro de texto).

-**Divulgativos:** destinados a un público amplio con una cultura general. Utilizan menos los tecnicismos, generalmente definidos en el propio texto, abundan las explicaciones de los conceptos basados en comparaciones con la vida cotidiana (ej. un artículo de la revista *Muy interesante*)

► **Ámbito de uso y canal:** la ciencia se transmite tanto oralmente (conferencias, ponencias en congresos...) como por escrito (libros, revistas...). Dependiendo del tipo de texto varía el canal y el ámbito de uso (ver tabla siguiente): los textos de investigación y los especializados se reducen a artículos y estudios publicados en revistas especializadas y de círculo restringido, y a actividades ligadas a universidades e instituciones científicas (foros, congresos); en los textos académicos en libros de textos, manuales y otras publicaciones didácticas: en los divulgativos la comunicación se produce a través de los medios de comunicación.

► **El código:** aparte de la utilización de la lengua común en su nivel culto y registro formal, también es propio de la ciencia el uso de otros códigos: simbología y formulaciones. (ej. los elementos químicos o  $v = e / t$ ).

### 1.3.-ASPECTOS ESTRUCTURALES Y FORMAS DE ELOCUCIÓN.

Los esquemas estructurales de los textos científico- técnicos son muy variados. La elección de uno u otro depende de factores diversos, como la intención concreta del emisor, el carácter del destinatario y, por supuesto, el género concreto que se utilice: artículo especializado, reseña, monografía, manual, informe, tesis doctoral, conferencia, etc. se distinguen tres esquemas de estructuración básicos:

► **Demostración científica:** se trata de un **discurso argumentativo** que propone probar y demostrar una determinada tesis. Generalmente su estructura es: introducción, desarrollo (cuerpo argumentativo) y conclusión. Es propia de los textos de investigación especializados.

► **Explicación de conceptos y teorías:** aparece sobre todo en textos académicos y divulgativos. Su forma de elocución básica es la **exposición**.

► **Descripciones e instrucciones técnicas:** son propias de textos con intención didáctica (ej. guías de animales, de plantas) y de aquellos que tienen como finalidad detallar las características de un determinado producto (ej. prospecto de una medicina, instrucciones de uso de una tv, manual de uso de Linux...). Se caracterizan por su ordenación lógica, por el empleo de una terminología específica, con su simbología correspondiente, y por la inclusión de gráficos e ilustraciones de apoyo.

### 1.4.-ASPECTOS LINGÜÍSTICOS.

La variedad de lengua utilizada en los textos científico- técnicos es la lengua común usada en su **nivel culto** y en un **registro formal**. Los rasgos que presiden este lenguaje son: la objetividad, la universalidad, la precisión y claridad y la revisabilidad (lenguaje en continuo cambio, por lo que siempre está en proceso de revisión). Los tres primeros se manifiestan más en el nivel morfosintáctico (n.d.t) y el último en el nivel léxico- semántico.

OBJETIVIDAD (los textos científico- técnicos no tienen cabida ni las opiniones personales ni los sentimientos del emisor)	Modalidad enunciativa (a veces la modalidad hipotética la encontramos en la presentación de hipótesis)	Los organismos unicelulares tienen estructura muy sencilla. Tal vez pudiera explicarse este fenómeno...
	Oraciones impersonales con 'se' y pasivas reflejas y pasivas con ser + participio	Cuando se ilumina el cátodo de una célula... Si un metal es sometido a la acción...
	Estructuras nominales	Es recomendable la ingestión de pequeñas dosis (en vez de 'que se ingiera...')
	Plural de modestia y sociativo	En el epígrafe anterior nos hemos referido. Supongamos que en este punto del proceso...
	Adjetivación especificativa mediante CN, Sub. Adjetivas, calificativos.	Agrupaciones celulares que tienen... Organismos unicelulares microscópicos.
UNIVERSALIDAD (válido para todo el mundo científico. Facilidad de intercambio por su convencionalidad)	Presente atemporal (gnómico)	La célula es una unidad microscópica.
	Utilización de la simbología	HO – CH <sub>2</sub> - C – CH- N
	Tecnicismos -la (terminología de cada disciplina- (pertenecen al nivel léxico y hablaremos de ellos posteriormente)	Algoritmo, derivada, función, variable, célula, bit, microprocesador, hardware...

PRECISIÓN Y CLARIDAD	Integración de esquemas, gráficos, ilustraciones	...
	Construcciones de carácter explicativo mediante Sub. de relativo explicativas, incisos entre rayas y paréntesis, definiciones, aclaraciones tras dos puntos, coordinaciones explicativas mediante 'esto es', 'es decir', 'o sea', 'a saber'	Las crías, que se alimentan de insectos, pueden... Lo ideal serían 40° -máxima temperatura para...- Se produce en los dos polos: en el positivo, óxido de zinc; en el negativo, plomo. Pero difieren en el número de neutrones, es decir, en el número másico.
	Construcciones paratácticas (coordinadas y yuxtapuestas), aunque puedan aparecer algunas subordinadas de causa, finalidad, concesivas y condicionales.	(...)
	Marcadores y conectores discursivos	De oposición, enumeración, ejemplificación, resumen, distribuidores, etc.

Por lo que respecta a la **revisabilidad de la terminología científica** (rasgos léxico- semánticos), el lenguaje científico está sometido a una revisión permanente. Por ejemplo, el concepto de *átomo*, entendido durante siglos como partícula mínima de la materia, hubo de cambiar su significado al descubrirse la existencia de elementos más pequeños, como los *quarks*. Así pues, la terminología científica evoluciona muy rápidamente al hilo del progreso de la ciencia y en algunas disciplinas, por ejemplo, la informática, los conceptos y la terminología aparecen y desaparecen con inusitada rapidez. Los **fenómenos de evolución de los tecnicismos** pueden ser muy diversos:

► **Creación de nuevos tecnicismos.**

-Por **derivación**: mediante afijos de la lengua común (*intravenoso, cuadratura...*) o mediante afijos propios de la terminología científica (*sulfato, antracita, dermatitis...*)

-**Composición**: ya sea léxica (*hidrocéfalo, microscopio, lepidóptero...*) o sintagmática: *masa atómica, base de datos, trompa de Falopio...*

-**Acrónimos y siglas**: *radar, ADN, SIDA...*

-**Préstamos**: fundamentalmente de las lenguas clásicas (*energía, vector, núcleo, átomo...*) o de otras lenguas, muy frecuente los anglicismos: la incorporación puede ser mediante xenismos (*software, chip*), mediante adaptaciones (*computadora, escáner*), o mediante calcos: *archivo*, que es una traducción del inglés *file*.

-**Especialización**: algunos tecnicismos proceden de la lengua común y al pasar a la lengua científica especializan su significado, por ejemplo, la palabra *fuerza*.

-**Epónimos**: tecnicismos que proceden de nombres propios: el del inventor o descubridor, el del país de origen: *vatio* (de Watt), *amperio* (de Ampere), *polonio* (de Polonia), *galvanizar* (de Galvani).

► **Generalización y aislamiento.** Algunos tecnicismos no alcanzan la universalidad y quedan reducidos a un uso muy restringido y utilizados sólo por seguidores de una determinada escuela o teoría: por ejemplo es lo que sucede con la terminología lingüística de Alarcos para referirse a CD, CI, CC y Crég: *implemento, complemento, aditamento y suplemento*. Sólo el último ha tenido cierta fortuna, los otros no se utiliza.

► **Paso de los tecnicismos al lenguaje común.** Es lo que ha ocurrido con palabras como *teléfono, músculo, alcohol...*

► **Desaparición de tecnicismos.** Como por ejemplo *fonógrafo, gramófono, tocadiscos, plato*, sustituidos por *lector de CD, de DVD, MP3...*

## 1.5.- EJERCICIOS Y TEXTOS PARA COMENTARIO

1.-Determina la tipología del siguiente texto y caracterízalo según aspectos pragmáticos, estructurales y lingüísticos más sobresalientes.

2.-Señala los tecnicismos del texto y explica los fenómenos relacionados con ellos (creación, generalización...)

### *Texto 1*

*Cuando los biólogos hablan de moléculas de la vida, suelen tener en mente el ADN —portador de los genes— y las proteínas. Es fácil pasar por alto la biomolécula más importante de todas, la que proporciona la auténtica matriz en que la vida se desenvuelve: el agua. La molécula de H<sub>2</sub>O parece sencilla, pero unos investigadores del University College de Londres, han demostrado que todavía hay muchas cosas que se desconocen acerca del papel del agua en la vida. Daniel T. Bowron y sus colegas han presentado su investigación al respecto en la revista *Physical Review Letters* (9 de noviembre). Es tentador considerar el agua como meramente la trama del rico tapiz de la vida, el lienzo blanco sobre el que están pegadas todas las complejas moléculas de la célula. Pero es mucho más que eso. El agua proporciona el pegamento que mantiene las paredes de las células juntas y que une las moléculas de las proteínas en formas compactas.*

*Pero es un tipo curioso de pegamento. No es que el agua actúe como un adhesivo pegajoso, sino que al rodear a otras biomoléculas confiere una misteriosa fuerza que permite que algunas de ellas se junten. Así, las moléculas de lípidos con forma de muela que forman las membranas celulares se juntan en una doble capa con sus raíces enfrentadas. Estas raíces están compuestas de grupos hidrofílicos (no se mezclan con el agua), pero la corona de esas muelas es un grupo de átomos hidrofílicos (se mezclan con el agua). Gracias a esta configuración, las caras exteriores de la membrana son afines al agua y su interior la repele.*

(Artículo publicado en *Nature News Service*, de H. Gee, y reproducido en *El País*, 25-11-98)

3.-Determina la tipología del siguiente texto y caracterízalo según aspectos pragmáticos, estructurales y lingüísticos más sobresalientes.

### *Texto 2*

*"El descubrimiento de la ley de la gravedad permitió a Newton explicar brillantemente el movimiento de los planetas y el de los cuerpos sobre la superficie terrestre. Una gran parcela de la experiencia cotidiana del hombre dejó de pertenecer al mundo del misterio. La ley del inverso del cuadrado de la fuerza entre dos cuerpos cargados eléctricamente, descubierta por Charles Coulomb, constituyó un triunfo parecido, aunque de menor repercusión. James C. Maxwell generalizó esta ley a fin de elaborar una teoría completa de la electrodinámica para los cuerpos cargados, compendiada en susecuaciones electromagnéticas, que fueron formuladas a finales del siglo pasado."*

4.-Determina la tipología del siguiente texto y caracterízalo según aspectos pragmáticos, estructurales y lingüísticos más sobresalientes.

### *Texto 3*

*Ver el origen HTML de una página Web*

*Es necesario que se muestre en pantalla una página Web para que esta opción esté disponible.*

1. En el menú Ver, haga clic en Origen de HTML.
2. Realice los cambios en el código HTML.
3. En el menú Archivo, haga clic en Salir.

## 2.- TEXTOS HUMANÍSTICOS

### 2.1.-ASPECTOS GENERALES.

Son disciplinas humanísticas aquellas que tienen como objeto *de* estudio todo lo relacionado con la vida espiritual de los seres humanos y con el conjunto de sus manifestaciones históricas y culturales. Los textos de todas estas disciplinas pretenden la transmisión de conocimientos al igual que los textos científico- técnicos. Por lo que son también textos de transmisión cultural. Algunas de las ciencias humanísticas son antropología, derecho, economía, filosofía, historia, lingüística, literatura y crítica literaria, periodismo, sociología, *psicología*, *sexología*, etc.

Pero conviene señalar algunas características generales que definen el lenguaje humanístico frente al científico- técnico:

► Mayor tendencia a la **abstracción**. Las disciplinas humanísticas se ocupan de entidades inmateriales, no experimentales.

► **Carácter especulativo**. Las ciencias humanas se basan en la reflexión teórica y el razonamiento lógico, sin tener opción a la experimentación y a la observación.

► Abierto al **debate** y a la **polémica**. Los planteamientos e ideas de las ciencias humanas tienen un carácter provisional y están sujetas a discusión y revisión constante.

► Textos que se mueven en el terreno de la **ideología** y **subjectividad**.

### 2.2.-ASPECTOS PRAGMÁTICOS.

Las circunstancias en las que se produce la comunicación son las mismas que en los textos científico-técnicos: el emisor sigue siendo un especialista que pretende hacer llegar al receptor una serie de conocimientos sobre el área de su especialidad. Por tanto, os remito a que reviséis de nuevo cada uno de los elementos de la comunicación del texto científico-técnico. Ahora bien, debemos destacar como distinción frente a éstos dos aspectos:

► **La función lingüística** predominante es la **referencial**, si bien puede aparecer en los textos humanísticos la función **apelativa** o exhortativa en el momento en que ciertos textos de carácter doctrinal pretenden condicionar en las ideas del lector e influir en su comportamiento. Por otra parte, en el género denominado ensayo (a medio camino entre la literatura y la ciencia humanística) puede aparecer la función **expresiva** y **poética** del lenguaje, ya que en él, el emisor tiene una voluntad de estilo.

► Utilización de un **lenguaje especulativo y doctrinal**. En la terminología de las ciencias humanas, se denomina doctrina al conjunto de principios que se emplean en un sistema religioso, filosófico, literario, político, económico, historiográfico, etc. Así, hablamos de doctrina cristiana, aristotélica, marxista, etc. Cuando una doctrina se mantiene en un plano teórico, decimos de ella que es una especulación. Naturalmente, muchas doctrinas poseen un aspecto teórico o especulativo y otro práctico. El Cristianismo es una doctrina cuyas conclusiones aspiran a manifestarse en la práctica; lo mismo ocurre con el estoicismo, el marxismo, etc. De esta manera, el lenguaje especulativo y doctrinal está caracterizado por un alto grado de abstracción. Es el lenguaje propio de la Metafísica, la Estética, la Lógica, etc. Poseen una gran complejidad, y su comprensión suele estar sólo al alcance de personas cultas e iniciadas en aquellas doctrinas.

### 2.3.-ASPECTOS ESTRUCTURALES Y FORMAS DE ELOCUCIÓN.

En líneas generales no difiere excesivamente del de los textos científicos, aunque cada texto presenta una disposición peculiar en razón del tema, el objetivo y el autor. Lo que les une es la preocupación por un **desarrollo ordenado**, y en general el texto completo se ajusta al esquema básico de **introducción- desarrollo- conclusión**. No obstante en fragmentos pertenecientes a textos más amplios es interesante fijarnos en el tipo de mecanismo de progresión temática: ordenación **inductiva** (de lo particular a lo general); ordenación **deductiva** (de lo general a lo particular),

ordenación por esquema de pregunta- respuesta, de contraste, de problema- solución, de causa- consecuencias, de contraste...

Planteamiento deductivo	Planteamiento inductivo
1. Estructura del SN	1. Ejemplos
2. Componentes	2. Componentes
3. Ejemplos	3. Estructura del SN

( Vale también para el lenguaje científico-técnico).

En cuanto a las **formas de elocución** lo habitual es que la **exposición** y la **argumentación** se mezclen en el mismo texto, aunque predominará una u otra según la intención del autor: si pretende presentar hechos y conceptos para que el lector los conozca predominará la exposición; si lo que quiere es debatir un problema con el fin de convencer al lector de que la tesis expuesta es la más convincente, predominará la argumentación.

Por último, para concluir este apartado nos referiremos a los distintos **géneros de las disciplinas humanísticas**, haciendo especial hincapié en el Ensayo.

► **Artículo humanístico:** género de corta extensión publicado en revistas o periódicos dotado de claridad y de rigor analítico sobre temática humanística.

► **Tratados monográficos** (tesinas y tesis): versan sobre temas muy definidos. Exigen rigurosidad en la planificación, en la investigación y en la elaboración final. Son de extensión muy amplia, aunque variable. Tienen un carácter científico.

► **Estudios críticos y comentarios** sobre temas tratados en otras obras o creaciones. Pueden constituir libros independientes o integrarse al principio de la obra comentada.

► **EL ENSAYO:** Ortega y Gasset (gran ensayista) definen este género como *disertación científica sin prueba explícita*. Sus características son:

—Destinado a un público amplio, lo que justifica la sencillez y amenidad del discurso.

—El canal habitual es la prensa, aunque también lo podemos encontrar en forma de libro.

—Extensión variable.

—Visión subjetiva, por lo tanto abierto a la polémica.

—Uso de recursos expresivos y poéticos en ocasiones (el autor manifiesta una clara voluntad de estilo. En este sentido, en el ensayo, la función referencial del lenguaje y la poética se dan la mano. Por otra parte, el ensayo se considera un género literario).

—Temática variada y sin demostración necesariamente científica.

*Essais* (1597), de Montaigne, es la primera obra de este carácter, y el desarrollo del ensayo ha sido vertiginoso. En España hay autores importantes: Larra, Clarín, Unamuno, Ortega y Gasset, E. D'Ors, G. Marañón, J. Maragall, J. Bergamín, Laín Entralgo, J. Marías, J. L. Aranguren, J. Goytisolo, R. Gullón...

## 2.4.-ASPECTOS LINGÜÍSTICOS.

Coincide en la mayoría de los rasgos con el lenguaje de las ciencias físicas o naturales vistas en el apartado primero del tema en pro de la claridad y el rigor científico (conviene por tanto que revise el apartado 1.4 del tema). No obstante señalaremos aquellos rasgos que son propios del lenguaje humanístico:

► La abundancia de términos **abstractos** es el más constante y extendido de esos rasgos: *subvención, liberación, modernidad, crecimiento, simbolismo...*

► Por lo que respecta a la terminología propia de las ciencias humanísticas es de amplia

tradición, pues los **tecnicismos** son muy antiguos en nuestro idioma: muchos de ellos ha sido introducidos por los filósofos y teólogos medievales y renacentistas sobre **bases léxicas latinas o griegas**, y aún perduran: *ética, esencia, existencia, silogismo*, ... Desde el siglo XVIII ha sido constante la formación de nombres abstractos con el sufijo *-ismo* para designar escuelas filosóficas y doctrinas políticas o estéticas: *empirismo, materialismo, existencialismo, marxismo*...

Otros tecnicismos se deben a **Arcaísmos**: *fastos* («festivos»); otros a **Préstamos**: *tótem, input, output, behaviorismo*... del inglés; *tabú*, del polinesio... Otros se forman mediante **Acrónimos**: *IPC, PIB, IVA*...; existen otros tecnicismos que se toman del lenguaje común, como por ejemplo *rasgo*, en Lingüística, o *dependencia*, en Psicología.

► El léxico humanístico, como ocurre con el jurídico, no se renueva ni aumenta al mismo ritmo que el científico. Su característica es la permanencia, aunque con frecuencia los términos antiguos toman significados nuevos.

► Son abundantes las *citas y referencias* para avalar un comentario o sostener una opinión.

## 2.5.- EJERCICIOS Y TEXTOS PARA COMENTARIO

### 5. -Subraya las ideas principales del texto.

-Elabora un esquema de su estructura.

-Haz un breve resumen de su contenido.

-Caracterízalo según aspectos pragmáticos, estructurales y lingüísticos más sobresalientes.

#### *Texto 4*

*Desde hace mucho tiempo, quizá desde que el mundo es mundo, se echan pestes del hombre contemporáneo*, independientemente de su contemporaneidad. Siempre que se habla de él (y utilizo la palabra *hombre* en su acepción genérica, que no hay por qué abolir en favor de la cursilería feminista o más bien *hembrista*), es para denostarlo, para hablar de su desconcierto en el mejor de los casos, sobre todo de su crueldad, su dureza, su pesimismo, su soledad, su incomunicación, su insolidaridad o cualquier otra lacra o desgracia; todas son bien recibidas, hasta el punto de que el Premio Nobel de Literatura suele otorgarse las más de las veces a algún autor que, según el fallo de la Academia Sueca, haya retratado fatal en su obra a ese *hombre contemporáneo* tan aborrecible como desdichado.

Del actual hombre contemporáneo se dicen cada vez más horrores, sobre todo del occidental. No sólo se culpa de todo lo nefasto que ocurre en cualquier punto del globo, sino que además se le acusa constantemente de insensibilidad ante las catástrofes, las opresiones, las injusticias y las matanzas que se dan por doquier. Según los periodistas demagógicos y los aspirantes al Premio Nobel por la vía extraliteraria, no sólo es el causante indirecto o directo de todos los males, sino que además se queda impertérrito ante su acontecer. Todo esto sería ya discutible a la luz de los frecuentes movimientos de ayuda y de las Organizaciones No Gubernamentales que proliferan cada vez más, pero no es esto lo que me interesa señalar. En realidad, lo sorprendente es que el hombre contemporáneo de hoy no esté enteramente desquiciado y no se haya convertido en una mala bestia a todos los efectos. Lo asombroso es que no sea de granito y que aún se conmueva de vez en cuando o tenga conciencia ante las calamidades ajenas.

Hace no muchos años, ese hombre se enteraba de relativamente pocas hecatombes. Hace unos siglos (en el XVII, por ejemplo), los habitantes de una ciudad podían desconocer una brutal matanza llevada a cabo en un barrio distinto al suyo. La capacidad de la gente para convivir con el horror ha sido siempre limitada y era normal que así fuera, ya que se sentía afectada o brumada sólo por lo que sucedía en su entorno; tenía un área de intereses reducida, y sólo cuando acaecía algo espantoso en esa área tenía la sensación de la atrocidad o el mal. Como es natural, no todo el rato se sucedía lo espantoso en el mismo lugar: parecía por tanto la excepción, algo ocasional que, por desolador que fuese, se podía sobrelevar. Desde hace unos pocos años al hombre contemporáneo le llegan, sobre todo a través de la televisión, todos y cada uno de los horrores en el mundo habidos, por remotos que sean, por muy fuera de su área natural de interés que se encuentren. Yo supongo que mi compañero de páginas Arturo Pérez-Reverte se habrá preguntado más de una vez, mientras enviaba sus excelentes crónicas desde diversos escenarios del horror, si a los espectadores a quienes se dirigía les interesaba lo que acontecía en Bosnia o Somalia o Ruanda o Chechenia porque tenían ya un interés previo o simplemente porque allí había hambre o escabequinas sin cuento y eso es *siempre* de interés. Supongo que sabe que el interés lo suscitaba él, o los jefes que lo mandaban allí. Hasta hace cuatro días nadie había oído hablar de Chechenia.

Puesto que hoy existen los medios, imagino que es bueno que se empleen para hacer saber al mundo las barbaridades que se comenten en cualquier lugar, aunque eso rara vez sirva de ayuda para quienes las padecen, lo único que en realidad justificaría esa información total. Pero, sea como sea, lo que no puede pedirse es que el hombre que

recibe esa información se conmueva siempre, se muestre solidario siempre y nunca agobiado ni apabullado. A lo largo de su historia los individuos han asistido a unas dosis esporádicas y limitadas de espanto. En la actualidad ya no es así: algo monstruoso sucede continuamente en algún rincón del mundo, y en seguida se lo harán saber y ver. La sensación que uno va teniendo es de desastre incesante, de desgracias encadenadas y sin fin, de terror en sesión continua, y eso es algo nuevo, y tan anómalo como falso en el fondo: algo que ninguno de nuestros antepasados tuvo jamás. Si el hombre contemporáneo es pes imista, si está insensibilizado, si le faltan energías o capacidad de entusiasmo, debe disculpársele en parte, porque es el primero, a lo largo de la historia entera, en cuya vida no hay nunca tregua.

### **3.-EL LENGUAJE JURÍDICO- ADMINISTRATIVO.**

#### **3.1.-ASPECTOS GENERALES.**

Entendemos por lenguaje burocrático la variedad funcional de la lengua que emplea el Estado en sus comunicaciones internas y con los ciudadanos. Dentro de él diferenciamos tres usos distintos, que se corresponden con cada uno de los Poderes del Estado:

- ▶ Uso legislativo, empleado en la elaboración de textos legales ( leyes, decretos...)
- ▶ Uso judicial, presente en las comunicaciones internas y externas de la Administración de Justicia (demandas, sentencias...)
- ▶ Uso administrativo, utilizado en las muy diversas relaciones del ciudadano con las administraciones públicas (instancias, circulares...)

Los dos primeros constituyen al ámbito jurídico (relativo a la promulgación y aplicación de leyes). El lenguaje administrativo es un uso de la lengua reciente y se desarrolla como una simplificación del lenguaje jurídico.

#### **3.2.- ASPECTOS PRAGMÁTICOS.**

Las características del lenguaje jurídico vienen determinadas por la presencia de una entidad supraindividual en el acto comunicativo (Estado), que establece con sus interlocutores una relación de superioridad jerárquica. De este modo, **el emisor** del discurso posee el poder suficiente para imponer las normas contenidas en el texto (Presidente, rey, Ministros). **El destinatario** es un colectivo obligado a conocerlo y cumplirlo. Por lo que respecta al lenguaje administrativo, la intervención de los ciudadanos es mucho más directa que en los textos legales y judiciales.

De esta peculiar situación comunicativa se desprenden otros rasgos:

- ▶ Comunicación unidireccional que no tiene posibilidad de respuesta
- ▶ Las normas legales han de buscar la exactitud, evitan las ambigüedades y tiende a la objetividad y a la claridad.
- ▶ La **función predominante** es la **conativa**.
- ▶ **El canal** empleado es preferentemente escrito (*verba volant, scripta manet*). BOE, DOE...
- ▶ Lengua común en su **nivel culto** y **registro formal**.

#### **3.3.-ASPECTOS ESTRUCTURALES Y FORMAS DE ELOCUCIÓN.**

Predomina en todos ellos la forma de discurso **expositiva**, aunque puede aparecer a menudo el discurso **argumentativo**, sobre todo en los prolegómenos de las leyes y en la fundamentación de las sentencias judiciales.

La característica básica de la organización de los contenidos en estos textos es la utilización de **rígidos esquemas formales** que permiten disponer la información siempre de la misma manera precisa.

Los géneros y subgéneros a los que dan lugar estas estructuras son muy variados. Los de carácter legal, que se distinguen por su función prescriptiva, suelen adaptarse a: **preámbulo, exposición central y final**.

Según su rango, se distinguen en el ordenamiento jurídico (de mayor rango a menor):

-**Constitución y Estatutos de Autonomía**, que son las normas institucionales básicas vigentes en el estado y en cada CCAA

-**Leyes**: constituyen el primer nivel de desarrollo de los deberes y derechos de los ciudadanos. Diferenciamos entre leyes orgánicas (que son las que regulan los derechos fundamentales y libertades) y leyes ordinarias.

-**Real Decreto**: es una disposición de rango menor que las leyes que completa y desarrolla aspectos de éstas.

- **Decreto- Ley**: disposición intermedia que se utiliza en casos de urgente necesidad.

-**Orden ministerial**: lleva únicamente la firma de un ministro.

-**Resolución**: Tiene carácter informativo (convocatorias, concursos, nombramientos...)

-**Instrucción y circular**: se tratan de escritos a los subordinados de las diferentes Direcciones Generales de Ministerios.

Un carácter diferente tienen los **edictos** y los **bandos**. Un edicto es un mandato emitido por autoridades judiciales sobre alguna cuestión. Un bando es una comunicación escrita de un alcalde a sus vecinos.

Los textos judiciales, que son los que corresponden a la aplicación de las leyes pueden ser:

- **Demanda**: Escrito que los ciudadanos remiten a la Administración de Justicia solicitando su intervención en un conflicto.

-**Sentencia**: es la resolución final de la autoridad judicial que pone fin a un proceso.

Entre la demanda y la sentencia, los juzgados llevan a cabo **diligencias**, a las que les corresponden diversos modelos (notificaciones, actas, recursos de alzada, de amparo...)

Por lo que respecta a los **textos administrativos**, la característica básica de su estructura es el **convencionalismo**, con el uso de esquemas formalizados y muy rigurosos (se suelen emplear **formularios**). Esta rigidez contribuye a la **eficacia**, pues permite localizar la información que interesa. Algunos tipos son:

-**Certificado**: escrito que elabora un organismo a solicitud de un ciudadano dando fe de la veracidad de los datos que afecten al solicitante.( nacimiento, defunción, estudios)

- **Acta**: refleja lo acontecido en asambleas y reuniones y dejar constancia de los acuerdos y decisiones tomadas.

-**Instancia o solicitud**: escrito dirigido a instituciones y empresas para solicitar de ella la realización de determinada gestión.

-**Contrato**: es un acuerdo formalizado entre dos o más partes relativo a algún servicio o transferencias, y se hacen constar las obligaciones de cada una de las partes.

### 3.3.- ASPECTOS LINGÜÍSTICOS.

El lenguaje burocrático posee un carácter convencional y conservador. Se trata de una lengua de grupo, altamente especializada y a la que prácticamente sólo tiene acceso una minoría de iniciados y profesionales; un lenguaje, además, cerrado durante mucho tiempo a cualquier tipo de evolución y apegado a una rica y antigua tradición: el derecho romano. Sus rasgos más significativos son los siguientes:

Función prescriptiva.	uso de formas verbales y expresiones de tipo obligatoriocomo futuros y perífrasis verbales de obligación.	<i>Las solicitudes deberán entregarse. Deber + inf. Haber que + inf...</i>
Carácter generalizador de las normas legales	Presente atemporal o gnómico	<i>Los daños y menoscabos que sobrevienen a las mercaderías...</i>
	Preferencia por las nominalizaciones y los sustantivos abstractos	<i>Desde la admisión de la demanda (en vez de 'desde que se admitió la demanda...')</i>

Tendencia a la objetividad.	Preferencia por las pasivas e impersonales refleja	<i>Se establecerán con carácter selectivo pruebas de aptitud...</i>
	Construcciones de gerundio y participio en construcción absoluta	
Precisión y exhaustividad	Léxico denotativo y preciso (tecnicismos jurídicos)	<i>Dolo, providencia, retracto, demandante, etc.</i>
	Párrafos extensos con oraciones subordinadas (muy frecuentes las de gerundio y participio con carácter adverbial), con construcciones de carácter explicativo, con enumeraciones...	
Diferencia de rango jerárquico entre emisor y destinatario	La alusión al destinatario refleja su estatus de subordinado. Las alusiones a sí mismo se hacen en tercera persona y el tratamiento de cortesía obliga a un formulismo burocrático. En cambio, la autoridad se refiere a sí misma en 1ª persona.	<i>Excmo. Sr., V.I., V.E. A propuesta del Ministerio de Educación y Ciencia... DISPONGO...</i>
Necesidad de prestigiar el mandato:	Uso de fórmulas fraseológicas	<i>De conformidad con lo dispuesto, lo que se hace público para general conocimiento..</i>
		<i>De iure, pro indiviso, sub iudice...</i>
	Presencia de arcaísmos	<i>Ítem, otrosí... Pervivencia del futuro de subjuntivo: quien robare....</i>
	Estructura rígidamente formalizada y las referencias legales	Ha contraído de pagar el interés legal (art. 341 del Código de Comercio)

En los **textos administrativos** se percibe la tendencia a renovar y actualizar el lenguaje burocrático: simplifica la sintaxis, evita los tratamientos que hacen referencia a los cargos, eliminación de párrafos tan extensos repletos de subordinaciones. De cualquier forma, aún mantiene los convencionalismos, el distanciamiento entre los interlocutores, la tendencia a la exhaustividad, que prevalece sobre la claridad.

### 3.5.- EJERCICIOS Y TEXTOS PARA COMENTARIO.

6.- Señala qué tipo de texto jurídico- administrativo es cada uno de los siguientes textos y precisa su género, su estructura y sus rasgos lingüísticos.

*Texto 5*

REAL DECRETO 10/1999, de 8 de enero, por el que se promueve al empleo de General de Brigada del Cuerpo de Intendencia del Ejército de Tierra al Coronel don Martín Ramírez Verdún.

*A propuesta del Ministro de Defensa y previa deliberación del Consejo de Ministros en su reunión del día 8 de enero de 1999,*

*Vengo en promover al empleo de General de Brigada del Cuerpo de Intendencia del Ejército de Tierra, con antigüedad del día 24 de diciembre de 1998, al Coronel don Martín Ramírez Verdún.*

*Dado en Madrid a 8 de enero de 1999.*

JUAN CARLOS R.

El Ministro de Defensa,  
EDUARDO SERRA REXACH

 <p style="text-align: center;"><b>SOLICITUD DE CONVALIDACIÓN PARA EL CURSO ..../....</b></p> <p>D.(a)..... con D.N.I....., domicilio en..... calle..... n.º....., Código Postal....., tño.....</p> <p><b>EXPONE:</b></p> <p>Que tiene cursados los siguientes estudios (marque con una X lo que proceda):</p> <p><input type="checkbox"/> Totales    <input type="checkbox"/> Parciales...    <input type="checkbox"/> Extranjeros... (Licenciados)    (Sólo revisión)</p> <p>de la carrera de..... en la Universidad..... país.....</p>	<p>y deseando continuar/iniciar (tache lo que no proceda) estudios en la Facultad de CC. Políticas y Sociología, Sección:..... de la U.N.E.D.</p> <p><b>SOLICITA:</b></p> <p>Que le sean convalidadas de acuerdo con lo preceptuado en las disposiciones en vigor.</p> <p style="text-align: center;"><b>RELACIÓN DE ASIGNATURAS PARA LAS QUE SOLICITA LA CONVALIDACIÓN</b></p> <table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="text-align: left; width: 50%;">Asignaturas que tiene superadas</th> <th style="text-align: left; width: 50%;">Asignaturas que solicita convalidar</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>.....</td><td>.....</td></tr> <tr><td>.....</td><td>.....</td></tr> <tr><td>.....</td><td>.....</td></tr> </tbody> </table> <p style="text-align: right;">Madrid, a.... de..... 200...</p> <p style="text-align: center;"><b>ILMO. SR. DECANO DE LA FACULTAD DE CC. POLÍTICAS Y SOCIOLOGÍA DE LA U.N.E.D.</b></p>	Asignaturas que tiene superadas	Asignaturas que solicita convalidar	.....	.....	.....	.....	.....	.....
Asignaturas que tiene superadas	Asignaturas que solicita convalidar								
.....	.....								
.....	.....								
.....	.....								

## 4.-EL LENGUAJE PERIODÍSTICO

### 4.1.-ASPECTOS GENERALES.

Se denominan **medios de comunicación social** los canales específicos a través de los cuales se difunden mensajes de distinto tipo que tienen interés para la sociedad: la prensa, radio, televisión, cine, internet... Su rasgo esencial es la capacidad para hacer llegar esos mensajes a toda la sociedad, por tanto, el receptor siempre es colectivo.

Las funciones que cumplen son muy variadas: entretenimiento, oferta de servicios y productos, creación de opinión e información.

Los Medios de Comunicación de Masas han supuesto un enorme avance en la difusión de la cultura y de la información, así como en la posibilidad de participación en la vida pública; sin embargo, en su propia concepción lleva algunos aspectos negativos, como la deformación de sus contenidos, simplificándolos para adaptarlos a un receptor medio, lo que implica muchas veces la homogenización de los receptores; el sometimiento a los principios de la sociedad de consumo; el extraordinario poder ("El cuarto poder" se les ha llamado) que tienen como instrumento para la imposición de una ideología.

En este tema vamos a centrarnos en la prensa escrita, entendida como la comunicación periodística que elabora y difunde mensajes que relatan, explican o valoran acontecimientos reales, novedosos y de interés para la sociedad.

### 4.2.-ASPECTOS PRAGMÁTICOS.

Realicemos un análisis de los elementos que rodean el acto comunicativo de la prensa escrita:

► **El emisor y la intención comunicativa:** la actual complejidad de la comunicación periodística obliga a diferenciar en la función del emisor varios niveles:

\* La empresa propietaria del medio. Aporta la infraestructura industrial y el capital. La selección y tratamiento de la información depende de sus intereses económicos e ideológicos. Distinguimos medios de titularidad pública y privada

\* Las fuentes de información. Las agencias informativas son empresas especializadas en recoger y elaborar noticias y distribuirlas para su publicación en los diversos medios. Estas agencias deciden qué hechos merecen ser convertidos en noticias.

\* El periodista. En muchos casos su aportación es preparar los contenidos para su publicación. En otros, elabora el texto en todas sus fases (localización, documentación, estructuración, redacción). En estos casos, firma la noticia o reportaje.

En cuanto a la **intención comunicativa**, la comunicación periodística cumple tres funciones:

► **Informar:** dar cuenta de los sucesos, explicarlos y valorarlos. La información es fundamental y ocupa un mayor espacio. En principio, esta información ha de ser objetiva. En este sentido la **función lingüística** predominante es la **referencial**.

► **Formar** a los lectores, creando opinión. Esta opinión implica un análisis, reflexión y valoración de los hechos, por lo que en estos textos aparecen argumentaciones de todo tipo que pretenden persuadir al receptor. El periódico enjuicia la realidad y crea un estado de opinión que, de hecho, es compartido por sus lectores y suscriptores, normalmente simpatizantes de la ideología de la entidad editora. La interpretación de los sucesos la realiza el periódico normalmente a través del artículo editorial y de las noticias comentadas en las que la información va acompañada de elementos ideológicos y valorativos. Es frecuente que los periódicos más respetuosos con sus lectores distingan ambos elementos para que no se confundan. La forma de hacerlo es diversa. Lo más común es que los artículos de opinión ocupen secciones destinadas a la interpretación editorial, secciones de comentario, colaboraciones fijas, etc. que difunden sistemáticamente criterios con los que la redacción del periódico o la empresa editorial se identifican. En los géneros periodísticos de opinión la función referencial convive con la **función exhortativa** o apelativa del lenguaje.

► **Entretener** a los lectores. Es poco importante en los grandes rotativos (suele darse en las secciones de ocio y de pasatiempos), que suelen publicar semanalmente suplementos en que este aspecto es atendido con mayor atención.

► **Destinatario:** nunca es individual. Es un público definido por su amplitud, heterogeneidad e indeterminación relativas. Es más o menos amplio según el alcance del medio (local, regional, nacional...). La heterogeneidad es relativa : por un lado, cualquier individuo puede acceder a los mensajes periodísticos; pero, por otro, los medios de comunicación conciben su destinatario como una colectividad que comparte pensamiento y actitudes. En cuanto a la indeterminación, no se trata de varios individuos concretos, pero los medios seleccionan a que tipo de público va dirigido y adaptan sus contenidos a ese público.

► **Canales:** cada uno de los grandes sistemas de comunicación utiliza un canal diferente: visual (prensa), auditivo (radio), audiovisual (televisión). Lo característico de estos canales es su capacidad de transmitir una enorme cantidad de información y la rapidez con la que consiguen completar todo el proceso comunicativo.

La radio y la televisión basan su oferta en la rapidez informativa. La prensa aprovecha las ventajas del canal escrito: aporta un mayor volumen de noticias que presentan una mayor extensión, pudiendo añadir análisis y explicaciones más detalladas.

► **Códigos:** además del código lingüístico, los mensajes periodísticos emplean otros códigos:

-Código iconográfico: constituido por una serie de representaciones icónicas de carácter gráfico que acompañan al texto. Su función es captar la atención del receptor sobre el texto y subrayar su contenido. En la televisión la imagen es fundamental.

-Código icónico-acústico: en la radio se emplean signos auditivos que configuran un código especial. Es el caso de las sintonías, de los efectos especiales, de las ráfagas que separan diferentes secciones...

-Código paralingüístico: el uso de ciertos mecanismos permite jerarquizar los contenidos resaltando determinadas informaciones. Es una manera de condicionar la lectura y la interpretación del contenido (localización, número de columnas, cuerpo de letra de los titulares, elementos iconográficos, cuadro de realce...)

### 4.3.-ASPECTOS ESTRUCTURALES Y FORMAS DE ELOCUCIÓN.

#### 4.3.1.-EL ESPACIO PERIODÍSTICO: SEMIOLOGÍA DEL PERIÓDICO.

El periódico es un espacio perfectamente jerarquizado y su elaboración requiere particular esmero y en ella colaboran los principales responsables del periódico, que deben seleccionar las noticias oportunas, la posición de cada una de ellas, el número de columnas que ocuparán, los antetítulos y titulares adecuados y los elementos gráficos apropiados, como el cuerpo (tamaño) de los caracteres de los titulares, la presencia o ausencia de un recuadro de realce, la presencia o ausencia de elementos gráficos (fotografía, dibujo, mapa, etc.).

El lugar de preferencia es la primera página. En ella se publican las noticias más importantes. Del resto de las páginas, son preferentes las impares y dentro de cada página los lectores españoles prefieren la mitad superior, y en la división vertical, la mitad de la derecha.

Dentro del periódico podemos destacar ciertos elementos de su estructura que son constantes:

-Las **secciones**: los contenidos se organizan en secciones. Este mecanismo facilita la lectura y la localización de la información.

-Los **titulares**: cumplen varias funciones: identificar y clasificar la información, resumir su contenido, llamar la atención del receptor, manifestar el punto de vista del emisor. Forman parte del cuerpo de titulares:

\* Epígrafe: título de la sección en la que se incluye el texto

\* Título: resume el contenido, su aparición es obligada

\*Antetítulo y subtítulo: suelen situar la información o anticipar algún contenido trascendente

\*Línea de crédito: identifica al responsable de la información y el lugar de procedencia

-La **primera plana**: espacio informativo más relevante. Las noticias que aparecen en ella son desarrolladas en su interior.

#### 4.3.2.-FORMAS DE ELOCUCIÓN.

En un periódico podemos todas las formas de elocución: **narración** en las noticias y reportajes, con fragmentos intercalados de **descripción**; **exposición** y **argumentación** en las editoriales y artículos de opinión; la forma **dialogica** en las entrevistas.

#### 4.3.3.-GÉNEROS PERIODÍSTICOS.

Distinguimos tres tipos de géneros según su función: informativos, de opinión e híbridos.

<b>Géneros informativos</b>	Noticia
	Reportaje
	Entrevista
<b>Géneros de opinión</b>	Editorial
	Artículo de opinión
	Columna
	Cartas al director
<b>Géneros mixtos</b>	Crónica
	Crítica

► **La noticia**: género informativo que puede definirse como el relato objetivo, sin comentarios ni intervención del emisor de hechos novedosos que son de interés general. La noticia se caracteriza por su extensión variable y suelen distinguirse las siguientes partes:

-Cuerpo de titulares: Su composición dependerá de la importancia que se le quiera conceder (título y antetítulo o sólo título o incluso sin títulos en la sección breves).

-Entrada: Es el primer párrafo de la noticia y recoge las claves informativas del suceso ( 6w: quién, qué, cuándo, dónde, por qué, cómo).

-Cuerpo de la noticia: formado por los restantes párrafos, que tienen que desarrollar y completar los datos que en la entrada están resumidos. Dependiendo del tipo de información, puede presentar estructuras diversas:

-Estructura de pirámide invertida: el contenido se organiza en diferentes párrafos que recogen ideas en orden de importancia decreciente, de forma que aparezcan en primer lugar las que tienen mayor interés.

-Narración cronológica: Es un relato lineal de los hechos, de forma que la narración avanza cronológicamente desde sus inicios hasta el desenlace.

-Estructura mixta: se inicia con un *lead* (o entrada) que expone, como en el tipo de pirámide invertida, las características fundamentales de la noticia y a continuación se emprende el relato cronológico para explicar cómo se han desarrollado los hechos.

► El reportaje: género informativo que puede definirse como relato periodístico de carácter informativo más amplio que la noticia. El reportaje se interesa para que la información sea compleja, explicativa y que esté bien fundamentada. Exige al periodista un método riguroso en la elaboración del texto. Suele ir acompañado de ilustraciones, gráficas, estadísticas, mapas...

► La entrevista: género informativo en el cual el periodista relata su conversación con cierta persona mediante la reproducción de las preguntas que le hizo y de las respuestas que ésta dio. Suelen estar estructuradas en dos partes: presentación y desarrollo (pregunta-respuesta).

► El editorial: género de opinión mediante el cual se refleja la postura del periódico ante los acontecimientos de actualidad más relevantes. Se trata de un texto argumentativo cuya finalidad es condicionar a la opinión pública. Aparece sin firma, y el responsable último será el director. Su estructura puede variar, pero suele comenzar con una parte expositiva y una parte argumentativa

► Artículo de opinión: texto firmado cuyo autor no pertenece al equipo de redacción; suele ser una personalidad de relevancia intelectual. El tema y las opiniones son responsabilidad del autor, ni están condicionados por la línea editorial de la publicación ni tienen que coincidir con ésta.

► **Columna:** es un subgénero del artículo. Mantiene los mismos rasgos pero se caracteriza por su brevedad y por mantener un espacio fijo en el periódico, la escribe siempre el mismo periodista o colaborador y mantiene también un nombre fijo. Un buen ejemplo es la columna de la contraportada del *Hoy*, escrita por Alcántara y titulada *A vuelta de hoja*.

► **Cartas al director:** género de opinión que constituye el único espacio del periódico en el que les es dado a los lectores convertirse en emisores.

► **La crónica:** género mixto. Es una información con enfoque personal. La crónica amplía las informaciones relevantes con los datos de primera mano que tiene el cronista por haber sido testigo de los hechos o por residir en el ambiente en que éstos se producen. La crónica puede estar firmada por un periodista que reside en una de las grandes capitales mundiales de interés informativo (París, Washington, Roma, Londres, etc.), o por enviados especiales del periódico al escenario de los grandes acontecimientos (inundaciones, catástrofes, coronaciones, olimpiadas, etcétera). Este género comparte rasgos estructurales con el reportaje y la noticia, a los que añade componentes valorativos e incluyen anécdotas y descripciones...

► **La crítica:** es un género específico de la información cultural, elaborado por un especialista. La crítica tiene una triple finalidad: informa al lector de la celebración de un determinado acontecimiento cultural, comenta diversos aspectos significativos del mismo con el fin de ayudar al lector y realiza juicios fundamentados sobre la calidad del producto.

#### 4.4.-ASPECTOS LINGÜÍSTICOS.

► **En los géneros informativos** los rasgos generales deben ser la objetividad, la concisión y la claridad. Son rasgos que están determinados por la propia finalidad comunicativa del género: la información veraz, rápida y masiva.

**Desde el punto de vista morfosintáctico** podemos señalar los siguientes rasgos:

-Propensión al alargamiento de las oraciones mediante diferentes mecanismos: perífrasis, aposiciones, incisos, frases explicativas, locuciones adverbiales, preposicionales y conjuntivas.

-Abundancia de la voz pasiva.

-Tendencia a colocar el sujeto al final.

-Mezcla del estilo directo e indirecto para dar voz a los testigos de los acontecimientos.

-Empleo de **barbarismos**, sobre todo, anglicismos y galicismos, como por ejemplo:

- A + infinitivo en función de adyacente de un sustantivo: *tareas a cumplir*.
- Perífrasis estar + siendo + participio: *están siendo analizadas las propuestas*.
- Supresión de preposiciones: *Administración Clinton*.
- Condicional con valor de posibilidad: *Los sindicatos habrían manifestado su disposición*.

-Constantes descuidos gramaticales.

Desde el **punto de vista léxico**:

-Abundancia de coloquialismos (*colega, porro...*), y barbarismos, sobre todo anglicismos.

-Empleo de Siglas y Acrónimos.

-Contagio del léxico de otros tipos de textos (político, judicial, económicos...)

-Eufemismos (ej.: *hostilidades* en vez de guerra, *incursiones aéreas* en lugar de bombardeos, *efectos colaterales* por matanzas indiscriminadas).

-Formación de nuevas palabras (neologismos) por derivación (balseros, faxear) y composición (videoconferencia, telebasura).

Desde el **punto de vista retórico**, en los textos periodísticos es frecuente encontrar todo tipo de figuras retóricas. Las más corrientes son:

- Metáforas: *La guerra de los cargos públicos*.
- Metonimias: *California prohíbe fumar en los bares*.
- Personificaciones: *El buen comportamiento de los precios*.
- Hipérboles: *Toda España se volcó con la Selección*.

► **En los géneros de opinión**, como son textos personalizados, el tipo de lengua está condicionado por el efecto que pretenda conseguir el emisor y por el tema. A los rasgos anteriormente mencionados se les pueden añadir otros propios de estos géneros. De este modo, desde el punto de vista **morfosintáctico**, para apoyar el carácter argumentativo, suele ser muy abundante el empleo de proposiciones causales, consecutivas y condicionales, y en el **plano léxico** podemos destacar el uso de un léxico culto, con abundantes sustantivos abstractos y empleo de recursos literarios (metáforas, hipérboles, etc...) al servicio de la función conativa, expresiva, e incluso poética (como en el caso de la columna) predominante en estos textos (ej.: *En el baúl de la melancolía ... La camisa de fuerza que la modernización imperial impone...*)

► **En los titulares** es importante también el uso de recursos retóricos para componer un titular llamativo: personificaciones, metáforas, ironías, hipérboles...

Algunas de las características lingüísticas que deben cumplir los titulares son:

- Verbos en presente de indicativo: *Rusia y Ucrania negocian el futuro de la flota*.
- Los verbos ser, estar o cualquier otro de fácil elipsis se omiten: *La culpa, de Japón*.
- A veces se suprime el verbo dicendi para introducir el estilo directo: Zapatero: *"El partido no negocia con terroristas"*
- Es corriente la supresión de los artículos y de otros determinantes: *El régimen de Pinochet pidió pena de muerte para opositores*
- Abunda la modalidad oracional enunciativa.
- Es corriente la anteposición del Complemento Circunstancial de Lugar: *En Bilbao una concentración de HB pide la Independencia de Euskadi*.
- Es habitual el estilo nominal: *Incidentes entre la policía y los huelguistas*.
- La puntuación se limita a la coma y los dos puntos.

#### 4.5.-EJERCICIOS Y TEXTOS PARA COMENTARIO.

7. -Pon un título adecuado al texto.

-Resume el siguiente texto.

-Caracterízalo por sus rasgos pragmáticos, estructurales y lingüísticos más sobresalientes.

-Realiza un comentario crítico sobre las ideas que se exponen en el texto.

##### *Texto 7*

¿Referencias personales? En medios norteamericanos y escandinavos empieza a ser corriente indagar -a efectos de empleo, de compraventa o de matrimonio- las características de determinado individuo recurriendo a las huellas de Internet. Esa red, que antes parecía cómplice y reservada, se ha convertido ya en el mayor espacio transparente de lo social. Gianni Vattimo publicó *La sociedad transparente* (Paidós, 1990), como anticipación del actual ocaso de la intimidad. Pero en octubre la misma editorial editó otro libro, esta vez de Whitaker, con el rótulo rotundo de *El fin de la privacidad*, donde se repasan las cuantiosas formas en que uno se encuentra hoy expuesto al examen de los demás. O de los poderosos.

Un fisgoneo, relativamente corriente, es el de las empresas a sus empleados, sometidos por la conexión informática a espionaje permanente. Este domingo *The New York Times Magazine* contaba que con apenas 100 dólares ya puede adquirirse un *software* Spector, Assentor o Investigator, válido para rastrear las conversaciones o correos de los asalariados en su jornada. ¿Injurias a los jefes? ¿Sediciones? ¿Deslealtades? ¿Acosos sexuales? Toda manifestación queda registrada y localizable con la invocación de un término clave. Lo que a escala planetaria, con intereses políticos y militares, practica la NASA, se hace en las empresas bajo el pretexto de procurar armonía y con la coartada de haberlo advertido. Los empleados saben que se les vigila y tratan de contenerse, pero aun así la obtención de datos es tan provechosa que las compañías provistas de control crecen aparatosamente cada año.

Y no sólo este auge domina el trabajo. Sobre el comportamiento en el amor, por ejemplo, hay ya al menos una asociación femenina estadounidense llamada Disgruntled Housewife (Ama de Casa Descontenta) que dispone de una página donde se sirve una detallada información sobre la negativa experiencia que tuvieron unas y

otras mujeres con unos y otros hombres, identificados con nombres familiares u omitiendo algunas letras de sus apellidos.

Las demandas de pornografía, libros, licores, productos farmacéuticos, conversaciones en el *chat*, los *emails*, las pujas en las subastas, cualquier rastro personal puede quedar registrado y reutilizado ahora gracias a las *cookies*, dispositivos electrónicos que pueden introducir en nuestro propio aparato las empresas a cambio de alguna ventaja.

Hasta ahora ninguna firma comercial poseía tanta información sobre los ciudadanos como Abacus Direct, que había logrado datos de hasta 90 millones de consumidores. En noviembre, sin embargo, la máxima compañía de publicidad en la red, Double Click, compró a Abacus la lista con direcciones e información de tales clientes y en enero llegó a cruzar esos datos con los que ella había obtenido en Internet. El resultado fue de tanta envergadura y de posible amenaza para la privacidad de los usuarios que la presión de instituciones y abogados logró detener el proyecto. O, mejor, postponerlo.

Entre tanto, los sistemas para rastrear gustos, costumbres, vicios, virtudes e inclinaciones de ciudadanos particulares, sea a través de los usos de Internet, de las tarjetas de crédito, de la televisión o del teléfono, son tan numerosos y eficientes que ha brotado ya el negocio de los programas AtGuard, BackOrifice, NetBus o Kremlin para proteger, al menos parcialmente, el uso de las redes. ¿El fin pues de la privacidad? Una nueva corriente, entre la que se han alineado algunos especialistas anglosajones, defiende la tesis de que, ante la segura imposibilidad de defenderse cerrando puertas, se replique con la aceptación de una transparencia completa. Es decir, la sociedad transparente, la casa transparente. La voluntaria abdicación pornográfica del Gran Hermano.

## 5.- EL LENGUAJE PUBLICITARIO.

### 5.1.-ASPECTOS GENERALES.

Se denomina publicidad al conjunto de técnicas que intentan influir en el comportamiento del hombre, incitándolo a consumir determinados productos. Sin embargo, en un sentido más amplio, podemos incluir en la publicidad, además de la estrictamente **comercial**, una serie de actividades emparentadas con ella, como es el caso de la **publicidad estatal** y la **propaganda** política e institucional.

Como **proceso comunicativo** se caracteriza por su complejidad y su tendencia a la innovación constante. Un anuncio publicitario es siempre el resultado de un complicado proceso de elaboración en el que intervienen saberes de muy distinto tipo (económicos, psicológicos, sociológicos, lingüísticos...) y se manejan muy diversos elementos (textos, imágenes, grafismos, sonido, música...).

Como **técnica comercial**, la publicidad es una parte importante de la mercadotecnia de las empresas y por ello está sujeta a unos estrictos intereses económicos que determinan la forma del mensaje.

Como **institución social** está ligada a la sociedad de consumo y su función social es enseñar a los ciudadanos a necesitar cada vez más cosas, es decir, a producir consumidores.

Es también un **difusor de ideología**, ya que establece relaciones entre el producto anunciado y ciertos valores socialmente asociados como positivos (el prestigio, lo bello, lo natural, la tecnología, la salud...). La publicidad crea con sus mensajes multitud de mitos (la libertad que se alcanza cuando se adquiere determinado coche), de imágenes estereotipadas (el hombre viril, la mujer sumisa y ama de casa, la mujer moderna, liberal, el bebé rubio y con ojos azules, el adolescente libre y rebelde, etc.) . De este modo, la publicidad homogeniza a los individuos y consolida el sistema capitalista.

### 5.2.-ASPECTOS PRAGMÁTICOS.

El proceso comunicativo publicitario presenta una serie de peculiaridades con respecto a los actos comunicativos generales. Aunque el esquema del proceso es el mismo, conviene que tengamos en cuenta los elementos que lo integran:

► El **emisor** es un sujeto múltiple que es la agencia de publicidad. Estas cuentan con equipos de especialistas (economistas, psicólogos, diseñadores, lingüistas...).

► El **destinatario** es un consumidor potencial del producto anunciado. Este hecho justifica que se tenga muy en cuenta a quién va dirigido el mensaje. Dependiendo del consumidor potencial que se busque la estrategia publicitaria será de una forma o de otra.

La finalidad básica del mensaje publicitario es la persuasión. Para ello, por medio de signos (palabras, sonidos, imágenes, etc...) se crea un discurso en el que se mezclan dos tipos de **información**, **denotativa** (información de las cualidades del objeto) y **connotativa**, aunque en la mayoría de los casos sea ésta última la predominante: asociación del producto con valores socialmente positivos (belleza, prestigio, éxito...).

► La **función conativa** es la predominant, ya que su finalidad última y casi exclusiva es atraer la atención del receptor hacia el producto que se anuncia. Pero también tiene una gran importancia la **función fática**, ya que el anuncio debe mantener la atención del consumidor potencial. Para atraer esta atención se utiliza la **función poética** del lenguaje y no debemos olvidar la **función representativa**, mediante la cual se muestran las cualidades del producto anunciado.

► En lo referente al **canal** de difusión, la publicidad, al pretender llegar al mayor número de receptores posibles, se vale de medios de comunicación de masas.

► Por lo que respecta al **código**, tiene un carácter múltiple. Generalmente se utilizan juntos el código lingüístico y código iconográfico, a los que hay que añadir en la tv y en la radio los signos acústicos no verbales (efectos sonoros, ruido, música...).

► En cuanto a la **situación**, todo el proceso se caracteriza por su unilateralidad, es decir,

todo el proceso se halla en manos del emisor, quien tiene toda la iniciativa en la comunicación. El receptor es siempre pasivo, descodifica el mensaje de forma automática, sin ningún esfuerzo, sin reflexión. La **presencia masiva** en la vida del ciudadano es una característica fundamental de la publicidad como fenómeno comunicativo y explica algunos de sus rasgos: la tendencia a innovar con el fin de sorprender al receptor, la necesidad de captar poderosamente su atención, la reiteración constante de los anuncios, el uso de todo tipo de recursos para conseguir el propio de entre la inmensa cantidad de anuncios publicitarios.

### 5.3.-ASPECTOS ESTRUCTURALES, FORMAS DE ELOCUCIÓN Y CONTENIDO DE LOS MENSAJES PUBLICITARIOS.

Los textos publicitarios se caracterizan por su unidad interna, su condensación y su gran capacidad significativa. Todos los componentes del texto (visuales, verbales y auditivos) se manifiestan en perfecta cohesión.

En un anuncio, considerado tipo, se puede distinguir la siguiente **estructura**:

► El **encabezamiento**: breve frase destacada con tipografía grande que sirve de *gancho* para atrapar al receptor.

► El **cuerpo**: en ella se realiza la descripción del producto.

► El **slogan**: condensa el contenido esencial del mensaje que el receptor conservará en la memoria. Es una frase breve, impactante, directa y fácil de recordar.

Por lo que respecta a las **formas de elocución**, en la publicidad predomina el texto argumentativo, con el fin de convencer al receptor de las excelencias del producto; no obstante, en la publicidad se dan las otras formas elocutivas, pues hay anuncios basados en historias breves (narración), basados en descripciones de objetos y personas (descriptivos) y en exposiciones de hechos y situaciones.

En cuanto al **contenido**, la publicidad se basa en una serie de **tópicos publicitarios**, valores que la sociedad considera positivos y deseables como (generalmente se dan por contraste):<sup>1</sup>

\*Lo excepcional, lo singular lo único, frente al tópico de lo universalmente aceptado.

\*Lo moderno, lo novedoso, el futuro, frente al tópico de lo tradicional, lo antiguo, la solera, lo clásico.

\*Lo tecnológico, lo artificial, frente al tópico de lo natural, lo puro, lo auténtico, lo artesanal.

\*La distinción, el refinamiento, el lujo, frente al tópico de la aceptación masiva.

\*La madurez, la seriedad. La experiencia, la seguridad, frente al tópico de la juventud, la vitalidad, el dinamismo, la aventura.

\*Lo propio, lo nacional, frente al tópico de lo extranjero, lo que viene de fuera.

\*El placer, el confort, las sensaciones agradables...

\*El prestigio social, el éxito, el poder.

\*La libertad.

\*El sexo, el erotismo, la sensualidad.

\*Lo ecológico, lo sano, lo *light*...

\*Lo económico.

### 5.4.-ASPECTOS LINGÜÍSTICOS.

El componente verbal de los mensajes publicitarios se caracteriza por los siguientes rasgos generales:

► Una aparente sencillez externa, que encubre en realidad el uso de una enorme variedad de recursos lingüísticos y retóricos.

---

1 Para ver ejemplos de los tópicos publicitarios, realiza el ejercicio nº 7.

- ▶ Máxima economía expresiva, lo que conlleva la plurifuncionalidad de sus elementos.
- ▶ Plurisignificación de los elementos lingüísticos.
- ▶ Transgresión de la norma lingüística (función poética del lenguaje).
- ▶ Tendencia a la reiteración.

Los rasgos lingüísticos más destacados por niveles son:

<b>Nivel fonológico</b>	
Aliteración	<i>Ford, Fiesta, Fuerte</i>
Anafora	<i>Tómame un respiro. Tçomate un Kit- Kat</i>
Epanadiplosis	<i>Y- 10. Gusta a la gente que gusta</i>
Paranomasia	<i>Frenaseltz: frenazo efervescente</i>
Onomatopeya	<i>Kreps hacen creps</i>
Rimas	<i>Rexona, no te abandona</i>
Uso de frases en otros idiomas (connotación de prestigio o calidad):	<i>Lulú. -Oui, se moi</i>
<b>Nivel morfosintáctico</b>	
Sintaxis sencilla. Se evitan las subordinaciones. Empleo de oraciones simples aisladas	<i>Un teléfono para cualquier emergencia. Agresión, robo, fuego, heridos, explosiones. Todas las emergencias en una sólo llamada, gratuita. Desde casa o desde el móvil. Sin tarjeta...</i>
Paralelismos sintácticos	<i>Saber elegir. Saber hacer. Saber esperar. Donde la calidad se pone por encima de la cantidad. Donde cad botella es una sensación irrepitable...</i>
Elipsis verbales	<i>Havana Club: el alma de Cuba</i>
Acumulación de adjetivos	<i>Nuevo Skoda. Grande. Resistente, Económico.</i>
Uso de la segunda persona del singular (tratamiento informal, de confianza)/ tratamiento de cortesía, distante, seriedad.	<i>¿Cuántas veces te has sentido en un coche como en una lata de sardinas? No es tu problema... / Tenga la seguridad en su casa, para que usted y su familia...</i>
Modalidad exhortativa con verbo en imperativo. Aunque pueden aparecer otras.	<i>Elige la clase V. Siempre irás contento. ¿Te gusta conducir? BMW Plan personalizado Repsol. ¡Menudo plan!</i>
Construcción LO + Adjetivo	<i>Lo claro rompe.</i>
Artículo con valor antonomásico.	<i>"Nescafé, el café"</i>
Omisión de las preposiciones	<i>Moda otoño-invierno.</i>
Continuas cuantificaciones: superlativos absolutos, relativos, prefijos intensificadores, estructuras comparativas y consecutivas.	<i>Ariel lava más blanco Ariel: lava blanco blanquísimo Una cámara extraordinariamente pequeña Sólo necesita el mejor coche posible: Renault 5 Nuevos televisores, pantalla super ultra plana Tan fácil de usar como... Nadie mejor que usted...</i>
Rduplicaciones	<i>Monkey, el café café</i>
<b>Nivel léxico- semántico</b>	
Selección de adjetivos y sustantivos que significan cualidades concebidas en grado máximo	<i>Increible, fascinante, auténtico, pleno, perfecto, exclusivo...</i>
Sinestias	<i>Sabor suave de un brandy</i>

Uso de palabras latinas, griegas o en lenguas extranjeras para la denominación de marcas por sus connotaciones cultas o de calidad.	<i>Loewe, Ariel, Marie Brizard, etc...</i>
Uso de tecnicismo y términos científicos o pseudocientíficos	<i>Nuevo Signal Plus: con zincpiritione Cosmético con oligoelementos, Bacilo L-Caseei Inmunitas, ...</i>
Juegos de palabras basados en los valores polisémicos de las mismas	<i>Tome el mando (anuncio de mando a distancia de TV)</i>
Creaciones de palabras mediante derivación, composición o acrónimos. ...	<i>Colores metallascentes Fagorízate Nueva cámara GR- DVM5 de JVC</i>
Frases hechas (citas kiterarias, frases célebres, eslóganes...)	<i>El tiempo es dinero Venga al olimpo de los diesel</i>

Por último, haremos referencia a los recursos retóricos que utiliza con profusión el lenguaje publicitario:

\*Hipérboles: *Gillette, la mejor hoja del mundo.*

\*Metáforas: *La nueva gasolina de BP enciende el corazón de su motor.*

\*Paradojas: *Volar ya no está por las nubes con Halcón Viajes.*

\*Metonimias: *Bebe Eiqueta Negra.*

\*Personificaciones: *Fanta, llena de buen humor.*

\*Antítesis: *Paradores de Turismo: mucho más de lo que imaginas, por mucho menos de lo que piensas.*

\*Antonimias: *Iberdrola. La luz de cada día.*

\*...

## 5.5.-TEXTOS Y EJERCICIOS PARA COMENTARIO.

8.- Indica el tópic publicitario dominante en los siguientes anuncios:

Anuncio	Tópico
<i>Cada Saab es distinto a los demás, tanto como lo es su propietario</i>	
<i>El 51% de los encuestados prefiere Pepsi</i>	
<i>Tenemos noticias del futuro: Basf: la fuerza de la innovación</i>	
<i>Bacardí 8 años: añejado con pasión desde 1862</i>	
<i>¿Imitas o te imitan? ¿llevas o te dejas llevar?...</i>	
<i>Cámaras Ricoh: Alta tecnología japonesa.</i>	
<i>Pacharán Zoco. Fruto de la NaturaleZA</i>	
<i>Relojes Omega. El signo de la exlecencia</i>	
<i>Este año todo el mundo verane a en Antena 3. No seas el último en descubrirlo.</i>	
<i>El director general nunca debe comprarse un coche mejor que el del presidente. Mitsubishi Galant.</i>	
<i>Toyota Rav- 4: para disfrutar con toda seguridad</i>	
<i>Seat ¿Importado? No, importante</i>	
<i>Chrysler 300 M: la fuerza de la ingeniería americana</i>	
<i>Flora Fibra: una eliciosa forma de cuidar el colesterol</i>	
<i>Ahorra cada vez que enciendas: Ecotone, las bombillas de Philips...</i>	

9.- Caracteriza el siguiente texto teniendo en cuenta los rasgos pragmáticos, estructurales y lingüísticos más sobresalientes.

*Texto 8*

*¿Puede haber un automóvil más seguro que Nubira?*

*Sí. Un Nubira con ABS. Ahora de regalo.*

*A bordo de un Nubira, su seguridad y la de los suyos está garantizada. Porque ahora, además de doble airbag y estructura reforzada, le ofrece ABS en los modelos SX y CDX. ¿Puede haber regalo más seguro? Usted sabe que no. Daewoo Nubira: seguridad, espacio. Y todo el equipamiento que pueda imaginar.*

## 6.- EL LENGUAJE LITERARIO.

### 6.1.-ASPECTOS GENERALES.

Es muy difícil que encontremos una definición clara, concisa y exacta de lo que es la literatura.

Tradicionalmente se ha intentado definir la literatura por oposición a un uso común del lenguaje y en función de una serie de características:

► **Originalidad.** El lenguaje literario es un acto de creación consciente de un emisor con voluntad de originalidad. El lenguaje común está gastado, es repetitivo; el literario debe ser inédito, extraño, siempre original. De ahí, la **noción de desvío**, frente a la norma del lenguaje común, que preside la función poética del lenguaje, con el fin de llamar la atención sobre el mensaje.

► **Voluntad artística.** El emisor pretende crear una obra de arte. No existe, pues, una finalidad práctica, sino estética. (Aunque hay etapas en la Historia de la Literatura en la que se busca una finalidad social: la literatura comprometida, el real socialismo...)

► **Lo connotativo.** Es un lenguaje esencialmente connotativo. En un texto literario no existen significados unívocos (ello diferencia radicalmente a este lenguaje de los técnicos y científicos). Por ello, el lenguaje literario es **plurisignificativo**.

► **Mundo propio.** El mensaje crea sus propios mundos de ficción y su propio contexto. Por ello, otra de las características básicas del lenguaje literario es la **ficcionalidad**.

► Uno de los conceptos que se han utilizado últimamente para definir los textos literarios, frente a otros que no lo son, es la noción de literariedad (Fernando Lázaro Carreter), según la cual un texto es literario cuando ha de ser reproducido exactamente como lo concibió el emisor del mismo: es inalterable y perdurable en el tiempo.

### 6.2.-ASPECTOS PRAGMÁTICOS.

► El **emisor** resulta una ‘máscara’ tras la que una persona real se ha ocultado. Las manías, grandezas, preferencias, los **sentimientos**, etc., no han de corresponderse con los de la persona que está detrás. En los casos de coincidencia hablamos de “biografismo” o de “confesionalismo” (y aun así, el yo no deja de ser un personaje de ficción.)

► El **receptor** no es una persona concreta, sino que es un **receptor universal**. Además este receptor es una hipótesis exigida por el propio texto en sí. El texto literario se dirige a una construcción ideal que es ese ser que comprende idealmente todos los recovecos y claves de la obra, que se percata del sentido último del texto, de lo que quiere decir la obra.

La comunicación que la obra literaria establece con el lector y oyente es **unilateral**, porque el mensaje no puede recibir respuesta inmediata del receptor.

► El **canal** generalmente suele ser el escrito y al ser recibido por personas de las más diversas épocas y zonas, sufre problemas de transmisión: alteración de los textos, cortes, formas de editar variables, pérdidas, etc.

► Como todo producto artístico, la obra literaria es recibida por personas de épocas y lugares no necesariamente previstos por el autor, por lo que el **contexto de situación** en el que es

recibida la obra puede variar sustancialmente (¿se lee igual en la actualidad *El ingenioso hidalgo Don Quijote de la Mancha* que en el siglo XVII?). Por otra parte, como ya se ha mencionado en el apartado anterior, como texto de ficción, la propia obra crea su propio contexto y su propio mundo de referencia.

► El **mensaje** es el resultado de una creación que el autor destina a que **perdure** y se conserve exactamente con la misma forma original (literalidad), dominado por la connotación, la plurisignificación y la función poética del lenguaje.

► En cuanto al **código**, la literatura emplea el código lingüístico, al que hay que añadir la función poética del lenguaje, la connotación y el concepto de literalidad antes comentado. Por otra parte, la literatura utiliza una serie de **géneros** (los veremos en el siguiente apartado), que sponen una estrategia de comunicación que tanto autor como lector acuerdan y conocen.

### 6.3.-ASPECTOS ESTRUCTURALES, FORMAS DE ELOCUCIÓN Y GÉNEROS LITERARIOS.

#### 6.3.1.-FORMAS DE ELOCUCIÓN.

Las dos formas básicas de expresión literaria son la **prosa** y el **verso**.

El autor literario puede recurrir a tres grandes procedimientos de construcción del texto que pueden combinarse dentro de una misma obra independientemente del género empleado: la narración, la descripción y el diálogo.

Cada uno de estos procedimientos de construcción (junto con otros que pueden aparecer, como la exposición o la argumentación) adquirirá caracterizaciones específicas dependiendo del género literario al que pertenezca la obra en concreto. De este modo, el género teatral se configura especialmente como texto dialógico, la novela combina texto narrativo (avance de la acción) con texto descriptivo (remanso y ambientación de la acción) y texto dialógico (viveza y expresividad de la acción). Recordamos sólo algunos aspectos de estas formas:

► En la **narración**, como el narrador cuenta sucesos ya ocurridos, predominan los verbos en pasado, en especial los pretéritos indefinidos y los imperfectos. La selección de enunciados largos y complejos, con predominio de la subordinación, da impresión de lentitud narrativa, de calma, de estatismo. Los enunciados cortos y sencillos, con predominio de la yuxtaposición, de la coordinación o de las oraciones simples, dan impresión de dinamismo, de velocidad, de movimiento.

Los elementos de la narración son:

\*El **narrador**: puede ser de varios tipos: externo, interno, omnisciente, testigo, autobiográfico...

\***Las personas y el punto de vista**: narración en primera persona (el narrador participa de los hechos que narra como un personaje más, presentándose a sí mismo bien como el protagonista de esos sucesos, bien como un personaje secundario o bien como mero testigo de ellos); narración en segunda persona (el narrador se dirige a sí mismo, de forma que se convierte a la vez en narrador y en personaje. Este desdoblamiento es un artificio que se utiliza en algunas narraciones modernas); narración en tercera persona. Es la más frecuente. El narrador cuenta unos sucesos que ocurrieron a otros personajes ajenos a él.

\***Orden y sucesión de los acontecimientos**: la narración puede ser lineal, con saltos en el tiempo (analepsis *-flash back-* y prolepsis), o narraciones *in medias res* (en mitad del asunto).

\*Los **personajes** pueden ser lineales o planos (arquetipos que no evolucionan) o redondos o modelados (personajes perfectamente estudiados con psicología propia).

\***El espacio**: lugar donde ocurren los hechos. Puede ser real, imaginario, simbólico. Como decíamos en otra ocasión, la literatura crea su propio contexto situacional dentro de la obra.

► En la **descripción** predominan los sustantivos y los adjetivos sobre los verbos; abundan los tiempos verbales que se refieren al desarrollo y no al término de la acción (aspecto imperfectivo), sobre todo, los presentes y los pretéritos imperfectos. Se prefiere la yuxtaposición y la coordinación a la subordinación. La ausencia de nexos da una mayor rapidez a la descripción, la multiplicación de nexos le confiere lentitud y estatismo. Se recurre frecuentemente a la comparación como método descriptivo.

Recordamos las diversas **clases de descripción**:

**\*Según el objeto de la descripción:** si es de personas se denomina **retrato**, que suele realizar mediante la combinación de **prosopografía** (descripción de rasgos físicos) y **etopeya** (rasgos morales).

**\*Según la actitud del que describe,** la descripción puede ser **objetiva** o **subjetiva**, **estática** o **dinámica**.

► Para la transcripción del **diálogo** puede utilizarse el **estilo directo**, el **indirecto** o el **indirecto libre**. Cuando el discurso de una persona se dirige hacia sí misma o hacia un interlocutor que no se halle presente, se produce un **monólogo**.

### 6.3.1.-GÉNEROS LITERARIOS.

El concepto de género se ha ido conformando históricamente; se entiende por género un conjunto de constantes retóricas y semióticas que identifican y permiten clasificar los textos literarios; dicho de otro modo, son ciertas técnicas de composición, y ciertas leyes de forma y contenido a las que se someten las obras literarias. Los tres grandes géneros son la épica (narrativa), lírica y dramática. Al que hay que añadir el género didáctico (el ensayo). Veamos brevemente cada uno de ellos y sus subgéneros.

<b>GÉNERO LÍRICO:</b> expresan el mundo subjetivo del autor, sus emociones y sentimientos. Uso del verso, aunque existe también la prosa lírica.	
<b>FORMAS CULTAS</b>	
<b>Oda</b>	De tono elevado, la oda clásica estaba destinada a exaltar la vida de alguien, a celebrar un hecho importante o a la descripción intelectual del paisaje.
<b>Elegía</b>	Expresa lamentaciones y exaltación de la persona muerta.
<b>Sátira</b>	Emplea la ironía, la alusión o la burla para mostrar la locura o la maldad, señalar las debilidades humanas y alertar sobre las conductas reprobables.
<b>Epístola</b>	Carta formal y moralizante escrita en verso y destinada a su publicación. Aborda siempre temas filosóficos o morales.
<b>Égloga</b>	Evocación idealizada en verso de la vida pastoril y del contacto con la naturaleza.
<b>Epigrama</b>	Poema mordaz, agudo y conciso, generalmente escrito en verso.
<b>FORMAS POPULARES</b>	
<b>Villancico</b>	Canción estrófica que surgió en el siglo XV en España. Consta de un estribillo que alterna con una o más estrofas de versos octosílabos. Aunque trata de temas muy variados suele predominar lo religioso. En general, se escribe para ser cantada con acompañamiento instrumental.
<b>Canción</b>	Texto corto acompañado de música.
<b>GÉNERO ÉPICO:</b> el lector percibe los hechos a través del relato de un narrador.	
<b>Epopéya</b>	Género poético de estilo majestuoso que relata sucesos legendarios o históricos. Por lo general se centra en un individuo, lo que confiere unidad a la composición. A menudo introduce la presencia de fuerzas sobrenaturales que configuran la acción, y son frecuentes en ella las descripciones de batallas y de escenas de la vida cotidiana.
<b>Cantar de gesta.</b>	Forma popular equivalente a la epopeya culta, o derivada de ella, en la que se narran las hazañas de un héroe histórico o un personaje legendario. De tradición oral, se componía para ser cantada por juglares.

<b>Novela</b>	Narración extensa en prosa en la que los hechos y los personajes están desarrollados con cierta profundidad.
<b>Cuento</b>	Narración breve. A diferencia de la novela, el número de personajes es reducido y la acción es única. Se caracteriza por su brevedad y condensación.
<b>GÉNERO DRAMÁTICO:</b> el espectador o lector asiste a unos hechos que, supuestamente, suceden en presencia del mismo.	
<b>Tragedia</b>	Según Aristóteles la tragedia es una mimesis de una acción seria y acabada en sí misma, la cual, mediante una serie de casos que provocan compasión y terror, produce el efecto de levantar el ánimo y purificarlo de tales pasiones (catarsis). La definición aristotélica sigue siendo generalmente aceptada.
<b>Comedia</b>	Se diferencia de la tragedia en el tono menor y más alegre de la acción, en la intervención de personas comunes y, especialmente, en su final feliz..
<b>Tragicomedia</b>	Forma dramática en que se combinan el elemento trágico y el factor cómico.
<b>Entremés y sainete</b>	Piezas breve en un acto, en prosa o en verso, de tema ligero. El origen del sainete se encuentra en la tradición popular y posee un humor festivo y picaresco. Solía representarse en los entreactos de obras mayores. El sainete deriva del entremés y acentúa lo humorístico y popular de este último.
<b>Auto sacramental</b>	Obra de carácter alegórico que trata sobre un dogma de la Iglesia católica y tiene como fondo la exaltación del sacramento de la Eucaristía.
<b>Melodrama</b>	obras dramáticas de tipo folletinesco, convencional, caracterizadas por sus fáciles concesiones a un público sensiblero.
<b>Drama</b>	Nombre que recibe la tragedia moderna. Pues son hechos desgraciados que le ocurren a personajes de la clase media o burguesía, en vez de a Reyes y a altos dignatarios.
<b>GÉNERO DIDÁCTICO:</b> la finalidad de su autor es enseñar, procurando adornar el texto con elementos literarios que lo doten de una forma atractiva. Se compone principalmente en prosa y la función predominante en él es la referencial. El <b>ensayo</b> es su forma habitual (ver textos humanísticos).	

#### 6.4.-ASPECTOS LINGÜÍSTICOS Y RECURSOS LITERARIOS<sup>2</sup>.

Veamos los rasgos lingüísticos y recursos literarios más destacados por niveles:

► En lo que respecta al **nivel fónico**, destacamos los siguientes aspectos:

- El ritmo: en español, el ritmo lo proporciona la distribución de los acentos y las pausas.
- La rima: asonante y consonante al final del verso.
- Los recursos retóricos relacionados con este nivel son: aliteración, paranomasia, onomatopeya, calambur...

► En cuanto al **nivel morfosintáctico**:

- Un predominio llamativo de sustantivos transmite una sensación de quietud, estatismo.

Un predominio de verbos comunica una visión dinámica, de desarrollo temporal. Un predominio de adjetivos sugiere un tono descriptivo.

<sup>2</sup> Puedes ampliar la información sobre los recursos literarios (buscar la definición y ejemplos) en el libro de texto de 1º de bachillerato.

- Los adjetivos predominantes son los explicativos, llamados en lengua literaria **epítetos**. Estos adjetivos dan una visión subjetiva del autor sobre los hechos descritos.
- Repetición de estructuras sintácticas (suele denominarse paralelismo).
- Los recursos retóricos relacionados con este nivel son: anafora, anadiplosis, concatenación, elipsis, polisíndeton, asíndeton, enumeración, políptoton, quiasmo, hipérbaton...

► En el nivel **léxico- semántico** se manifiesta:

- el fenómeno de la plurisignificación que habíamos mencionado más arriba.
- el fenómeno de la ambigüedad (se refuerza la posibilidad de que una expresión pueda tener más de un significado)
- la adquisición de nuevas connotaciones dadas por el escritor.
- Los recursos retóricos relacionados con este nivel son: metáforas, metonimias, sinécdoques, simil, sinestesia, símbolo, alegoría, hipérbole, antítesis, ironía, paradoja, personificaciones...

## 6.5.-TEXTOS Y EJERCICIOS PARA COMENTARIO.

**10.-** Caracteriza el siguiente texto teniendo en cuenta los rasgos pragmáticos, estructurales y lingüísticos más sobresalientes.

*Texto 9*

*Calan gruesas gotas de agua que dejaban un lamparón oscuro en las losas de la plaza. Yo tenía las mejillas mojadas, y sentía como una vaga efusión de lágrimas. De pronto, se iluminaron los balcones, y las Princesas, con otras damas, asomaron en ellos. Cuando la procesión llegaba bajo el arco, llovía a torrentes. Yo la vi desfilar desde el balcón de la biblioteca, sintiendo a cada instante en la cara el salpicar de la lluvia arremolinada por el viento. Pasaron primero los Hermanos del Calvario, silenciosos y encapuchados. Después los Hermanos de la Pasión, con hojas (especie de túnicas) amarillas y cirios en las manos. Luego seguían los pasos: Jesús en el Huerto de las Olivas, Jesús ante Pilatos, Jesús ante Herodes, Jesús atado a la columna. Bajo aquella lluvia fría y cenicienta tenían una austeridad triste y desolada. El último en aparecer fue el Paso de las Caídas. Sin cuidarse del agua, las damas se arrastraron de rodillas hasta la balaustrada del balcón.*

(R. M. del Valle -Inclán: *Sonata de primavera*)

Curro Martínez, Marzo 07

## FUENTES

*Lengua Castellana y Literatura 2º Bachillerato, Proyecto Teseo. AAVV. Ed. Akal, 2005, Madrid.*

Web de Alfonso Sancho Rodríguez del IES Santa Catalina de Jaén (<http://personal.telefonica.terra.es/web/apuntesar/index.htm>)

Apuntes varios sobre el texto y su tipología en <http://www.auladeletras.net>