

## CONCEPTOS

1. Introducción. Concepto y propiedades de un texto
2. Texto y coherencia
3. Cohesión textual. Procedimientos:
  - 3.1. Cohesión léxica
  - 3.2. Deixis: personal, espacial, temporal, social y textual
  - 3.3. Marcadores discursivos
4. Adecuación
5. Otras propiedades textuales: grado de información, intertextualidad
6. Tipología textual

### 1. INTRODUCCIÓN. CONCEPTO Y PROPIEDADES DE UN TEXTO

La **Lingüística del Texto** pretende integrar datos semánticos y gramaticales de un mensaje con los pragmáticos; es decir, asocia el uso de la lengua que hace el hablante en una situación dada y con una finalidad determinada. En este sentido, realidades como el emisor, la intención comunicativa, el destinatario, las relaciones entre ambos, la situación o el contexto, pasan a un primer plano. En definitiva, comprende la realidad total del habla y se ocupa de la adecuación o no adecuación discursiva de los mensajes.

El objeto de análisis no será, como hasta ahora, el signo, sino el **TEXTO**, considerado como una unidad lingüística intencionadamente emitida por un hablante en una situación comunicativa concreta y con una intención determinada. Es una unidad comunicativa máxima, entendida como un conjunto estructurado de enunciados (unidad mínima de comunicación). En realidad, el enunciado no oracional, como la oración, está condicionado por las circunstancias de la comunicación (entonación, actitud, intención, etc.)

La **gramática textual** estudia cómo se forman textos a partir de distintos enunciados, pero en varios niveles de organización que están presentes tanto en la producción como en la interpretación del mensaje:

- a) estructura **semántica**: ideas organizadas que el emisor pretende transmitir al receptor.
- b) estructura **sintáctica**: relaciones formales que mantienen los enunciados entre sí.
- c) estructura **comunicativa o pragmática**: relaciones implícitas que mantienen los elementos que intervienen en el acto de comunicación.

Estos niveles se identifican con las propiedades de los textos: **coherencia**, **cohesión** y **adecuación**.

La coherencia pertenece a un nivel superior, más abstracto, como relación general subyacente a esas manifestaciones concretas que liga el texto a su tema o idea principal; está relacionada con la unidad de sentido que tiene el texto en total y que hace que sea inteligible y aceptado. Por su parte, la cohesión se manifiesta en la superficie de las relaciones textuales (sintácticas y semánticas) y la adecuación es la característica de los textos que están bien contruidos desde el punto de vista comunicativo.

## 2. TEXTO Y COHERENCIA

Se entiende por coherencia la propiedad inherente al texto por la cual puede ser comprendido por el oyente como una unidad. Pero también se considera como resultado de un proceso desarrollado por el hablante que tiene como fin la estructuración del texto. Dicho proceso se puede resumir en la siguiente forma:

a) El hablante tiene una intención comunicativa y, teniendo en cuenta los factores situacionales, desarrolla un plan global que le permitirá conseguir que tenga éxito su texto, es decir, que se cumpla su intención comunicativa.

b) Para ello, el hablante realiza las operaciones necesarias para expresar verbalmente ese plan global en forma de texto, de manera que el oyente sea capaz de reconstruir o identificar la intención comunicativa inicial.

Hemos visto cómo la coherencia es algo que se va desarrollando desde el momento mismo en que el hablante decide producir un texto y llega a su estructuración superficial. Se manifiesta superficialmente en diferentes niveles:

- **Global:** Totalidad del texto (tema o idea principal)
- **Estructural:** Partes constitutivas (progresión temática)
- **Local:** Enunciados: (elementos lingüísticos, implicación lógica, presuposición, conocimiento del mundo...)

A partir de ese plan global el texto se va organizando en subtextos, que a su vez se estructuran en frases en un proceso continuo. Estos niveles intermedios mantienen la coherencia dentro de sí y con los demás, en tanto que participan de la coherencia previa del

plan global. Así, dentro del texto podemos observar secuencias o divisiones que responden a criterios informativos. Son los **párrafos**. Cada uno o grupo de ellos constituye un pequeño núcleo dentro del tema global del texto y mantienen entre sí relaciones sintácticas y semánticas. Esta cohesión de sus unidades dentro de un entramado responde a una organización global, es decir, a una ordenación y jerarquización de las distintas partes que lo constituye: su **estructura**.

La **progresión temática** tiene una especial relación con un aspecto básico en la estructuración y coherencia textual: el desarrollo comunicativo a partir del tema del texto. Cada uno de los enunciados que componen el texto introduce información relacionada con su tema. Así pues, podemos decir que todo texto manifiesta un equilibrio constante dentro de su progresión entre lo **conocido** -repetición- y lo **desconocido** o nuevo.

### 3. COHESIÓN TEXTUAL. PROCEDIMIENTOS

La **cohesión** está constituida por todos aquellos mecanismos lingüísticos que relacionan los elementos del texto y permiten dotarlo de unidad. Estos elementos facilitan la comprensión, tanto de la estructura como del contenido de las partes que componen el texto. Veamos los mecanismos o procedimientos más frecuentes.

**3.1 Cohesión léxica:** una misma idea se actualiza en el texto por medio de los siguientes mecanismos:

a) **Repetición léxica:** consiste en reiterar exactamente el mismo elemento: *Todo hombre es mortal; Platón es un hombre, luego Platón es mortal.*

b) **Repetición semántica:** se produce cuando se hace alusión a la misma realidad, pero empleando un sinónimo o una expresión equivalente: *Los daneses pagan muchos impuestos: esos nórdicos tienen, por tanto, una buena protección social.*

c) **Reiteración o repetición a través de procedimientos literarios:** metáforas, comparaciones, etc.: *Sonreía mostrando toda su dentadura; un muestrario de perlas ordenadas y bien guardadas tras sus labios.*

d) **Hiperonimia:** se sustituye un término por otro más amplio: *Tiene un Ferrari, le encanta su coche.*

e) **Hiponimia:** se sustituye un término por otro más restringido: *Solía cenar fruta, la manzana me sienta muy bien.*

f) **Campos semánticos:** palabras que comparten algún rasgo significativo, que nos permiten establecer redes léxicas en el texto: *cama, silla, mesa, escritorio...*

A estas reiteraciones léxicas cabría añadir:

- La **reiteración sintáctica**, a través de paralelismos o repeticiones de categorías gramaticales.
- La **reiteración fónica**, a través de la rima, el ritmo o cualquier recurso fónico.

**3.2. Deixis:** son los mecanismos lingüísticos que señalan el quién (deixis personal), el dónde (deixis espacial), el cuándo (deixis temporal), las relaciones entre emisor y receptor (deixis social) o ponen en relación unidades diferentes de un mismo texto (deixis textual). En suma, estos mecanismos relacionan el texto con los elementos de la comunicación y ponen en relación el texto con el contexto de su enunciación.

a) **Deixis personal:** señala a los participantes de la comunicación. Son deícticos personales:

- **Pronombres personales. Morfemas de 1ª persona gramatical:** (*yo, mi, me, conmigo; nosotros/as, nos*) o de **2ª persona** (*tú, ti, te, contigo; vosotros/as, os, usted, ustedes*).
- **Adjetivos y pronombres posesivos:** *mi, mis, mía/a (s), nuestro/a (s), o de 2ª persona tu, tus, tuyos/a (s), vuestro/a (s)*.
- **El uso del plural** característico de los textos periodísticos:
  - **Plural de modestia:** *Nuestro trabajo ha dado su fruto* en lugar de *mi trabajo ha dado su fruto*.
  - **Plural inclusivo:** el emisor tiene en cuenta al destinatario, su intención es hacerlo partícipe: *Nosotros, los contribuyentes hemos sufrido...* (se incluye él mismo e implica al receptor).

b) **Deixis espacial:** indica el lugar en que se enmarca o produce el acto comunicativo. Son deícticos espaciales:

- **Los adverbios** (*aquí, allí, cerca, lejos*)
- **Los demostrativos** (*este, ese, aquel y sus correspondientes plurales*)
- Algunos **sintagmas nominales** (ej.: *el lugar donde ocurrió la tragedia*)
- **Nombres de países, pueblos**, que sitúan lo referido en el texto en un contexto determinado.

- c) **Deixis temporal:** indica el tiempo en el que ocurren los hechos. Se marca con:
- **Adverbios de tiempo** ( *ahora, luego, entonces, siempre, jamás, nunca, mientras, todavía*)
  - Algunos **sintagmas nominales o construcciones preposicionales** (*esta mañana, en este momento*)
  - Los **usos verbales**.
- d) **Deixis social:** hace referencia a la relación que se establece entre el emisor y el receptor (el uso de *tú / vosotros-a (s)* indica proximidad; el de *usted / ustedes* supone distanciamiento, respeto).
- e) **Deixis textual o procedimientos de correferencia:** son mecanismos lingüísticos que refuerzan la progresión temática en el plano de la expresión, señalando elementos textuales dentro del texto y poniendo en relación las diferentes partes de un texto. Se consideran como procedimientos:
- La **anáfora:** mecanismo por el que se hace referencia a un elemento ya aparecido en el texto (mediante el uso de pronombres: *Luis y Pepa estudiaron juntos. Ella aprobó y a él lo suspendieron*; adverbios: *Fuimos a casa. Una vez allí se nos ocurrió ver una película*).
  - La **catáfora:** mecanismo inverso, por el que se hace referencia a un elemento que aparece más adelante en el texto. (*Le di el libro a Juan. Te daré un consejo: estudia para el examen*)
  - La **elipsis:** consiste en la omisión de elementos que ya han sido mencionados con anterioridad en el texto. (*He visto unos discos muy interesantes, mañana me compraré uno y me temo que este tarde [me compraré] otro [disco]*). Los pronombres suponen implícitamente una elipsis: - *¿Quieres este lápiz?* - *No, gracias, prefiero ese*).

**3.3. Marcadores discursivos.** El texto se presenta como una unidad gracias a estos marcadores, elementos de conexión que permiten hilvanar sus distintas partes para que haya una progresión lógica de la información. Distinguimos:

- a) **Los marcadores con función pragmática**, que se refieren a los elementos del discurso:
- **Destinatario:** vocativos, llamadas de atención, (**Chicos, las vacaciones de Semana Santa ya están aquí, ¡ánimo!**)
  - **Canal:** elementos con función fática (**bueno... ¿no?, ¿verdad?**)
  - **Emisor:** son marcadores de la actitud que el emisor mantiene respecto al enunciado (adverbios: **ciertamente, felizmente, seguramente, sin duda, indudablemente, supuestamente...**)
- b) **Conectores y organizadores textuales**, que presentan diversas funciones.
- **Enumeración y orden:** para empezar, para añadir ideas, para finalizar... (*en primer lugar, a continuación, además, finalmente, primero, segundo, de un lado, de otro, por último...*)
  - **Reformulación:** (*en resumen, en definitiva, en otras palabras, o sea, es decir...*)
  - **De causa o consecuencia:** (*por lo tanto, en consecuencia, entonces, pues, por esta razón, de ahí que...*)
  - **De valoración:** (*desde mi punto de vista, a mi modo de ver, sin duda, por desgracia, por fortuna...*)
  - **De adición** (*además, también, asimismo, de esta forma...*)
  - **De ejemplificación** (*por ejemplo, en concreto, particularmente, para ilustrar esto...*)
  - **Pasa concluir** (*en suma, por todo lo anterior, en conclusión...*)
- c) **Los índices gráficos: signos de puntuación, numeración, asteriscos, letras:** tiene la función de subdividir el texto para facilitar la comprensión.

#### 4. LA ADECUACIÓN

Ni la existencia de relaciones de cohesión ni el propio valor semántico de las palabras y de las frases que aparecen, por sí solos, dan coherencia a un texto. Como ya apuntábamos en unidades anteriores respecto a las variedades de la lengua, debemos atender también a su **adecuación pragmática**, que resulta de una serie de elecciones que el hablante-emisor ha de llevar a cabo teniendo en cuenta los factores que inciden en esa comunicación: la relación emisor-receptor (sus implicaciones recíprocas), la intención comunicativa, la situación en que se produce, la modalidad, el registro idiomático empleado y la conveniencia del texto a la competencia comunicativa del receptor, a la finalidad del acto y al entorno.

Todos estos factores se pueden agrupar en textuales, que dotan de cohesión y coherencia al texto; y contextuales, que inciden en los actos de habla: la relación entre interlocutores, la intención comunicativa y las circunstancias situacionales.

#### 5. OTRAS PROPIEDADES TEXTUALES: GRADO DE INFORMACIÓN, INTERTEXTUALIDAD.

El **grado de información** es el factor que motiva el interés por la recepción de un texto. Los textos con mayor carga informativa requieren una atención mayor que los textos fácilmente predecibles. Por otra parte, la elaboración de un texto rico en información nueva exige mayor esfuerzo y resulta más interesante.

La **intertextualidad** pone en relación un texto con los demás textos con los que establece relaciones de significado. Dicha propiedad hace referencia al hecho de que la producción e interpretación de un texto depende del conocimiento que se tenga de textos anteriores relacionados con él.

## 6. TIPOLOGÍA TEXTUAL

Como todo texto es un mensaje dentro de un proceso de comunicación, los elementos que caracterizan este proceso determinarán el carácter y la forma del mismo. Por ello podemos utilizar distintos criterios de clasificación, aunque no excluyentes entre sí, puesto que diferentes técnicas pueden coincidir en un mismo texto. Todo depende de la intención del emisor y de la situación comunicativa.

1. **Según el código:** verbales y no verbales

2. **Según la intención del emisor:**

- Informativos (memorias, informes, noticias,...)
- Explicativos (exposiciones conferencias, manuales, reportajes,...)
- Persuasivos (artículos, debates, publicidad,...)
- Prescriptivos (instrucciones, normas, leyes,...)
- Estéticos (literarios)

3. **Según la variedad del discurso o la técnica empleada:**

- Dialogado
- Narrativo
- Descriptivo
- Expositivo
- Argumentativo

4. **Según el ámbito temático:**

- Científico-técnico
- Humanístico
- Jurídicos y Administrativos
- Periodísticos
- Publicitarios
- Literarios