



Lengua y Literatura

SERIE LIBRO ABIERTO

El libro Lengua y Literatura 3, para tercer curso de ESO, es una obra colectiva concebida, diseñada y creada en el Departamento de Ediciones Educativas de Santillana Educación, S. L., dirigido por **Teresa Grence Ruiz**.

En su elaboración ha participado el siguiente equipo:

Zita Arenillas Cabrera
Luis Cicuéndez Carrillo
Rafael Díaz Ayala
Julia Fernández Valdor
Cristina Núñez Pereira
Paula Rojo Cabrera

EDICIÓN

Paula Rojo Cabrera

EDITOR EJECUTIVO

Raúl Balas Nieto

DIRECCIÓN DEL PROYECTO

Leonor Romo Fernández


Las actividades de este libro no deben ser realizadas en ningún caso en el propio libro. Las tablas, esquemas y otros recursos que se incluyen son modelos para que el alumno los traslade a su cuaderno.

Presentación

Enfoque didáctico


Las crecientes exigencias de nuestra sociedad motivan importantes cambios en la educación. Si tradicionalmente esta ha estado centrada en los contenidos y preocupada por que los alumnos adquirieran un saber, hoy es imprescindible ir un paso más allá y conquistar, además, el *saber hacer*. El aprendizaje práctico, por competencias, es el modelo elegido para alcanzar con éxito este propósito. Tanto las actividades y propuestas de trabajo generales del libro como las secciones específicas para desarrollar saberes aplicados pretenden convertir a los alumnos en individuos competentes, capaces de informarse, pensar y comunicarse oralmente y por escrito.


Los iconos utilizados en el libro para identificar las actividades que permiten trabajar alguna de las competencias son los siguientes:


 **Comunicación lingüística**

 **Aprender a aprender**

 **Sentido de iniciativa y espíritu emprendedor**

 **Competencia matemática y competencias básicas en ciencia y tecnología**

 **Conciencia y expresión culturales**

 **Competencias sociales y cívicas**

 **Competencia digital**

Organización de los contenidos

La serie Libro Abierto del nuevo proyecto Saber Hacer de Santillana es una propuesta para abordar de forma flexible un área de naturaleza tan compleja como la de Lengua Castellana y Literatura.

Este material para 3.º de ESO está pensado como un **libro abierto**, un manual que cada profesor podrá construir con sus alumnos según sus objetivos y necesidades. Para facilitar esta personalización, los contenidos aparecen agrupados en bloques o programas independientes. Cada bloque consta de doce unidades de contenido.

Cada profesor puede decidir en qué momento tratar un contenido concreto y también cómo agrupar estos del modo más conveniente. La numeración de las unidades de contenido y la clave de color facilitan el manejo del libro y permiten moverse con comodidad por sus páginas.

Los bloques en los que se organiza la materia son los siguientes:

 Competencia lectora

 Ortografía

 Comunicación

 Gramática

 Léxico

 Literatura

Al final del libro se ofrecen un *Banco de actividades* de cada bloque y una colección de *Textos de aplicación* que permiten integrar los aprendizajes.

COMPETENCIA LECTORA

página 7

- 1 *Baumgartner: «Pensé durante unos segundos que perdía el sentido»*
ALICIA RIVERA
- 2 *Literatura de SMS*
SERGIO C. FANJUL
- 3 *Estratos*
SŁAWOMIR MROŻEK
- 4 *Contando historias*
GOTTFRIED AUGUST BÜRGER
- 5 *Agujeros de gusano astromia.com*
- 6 *Una redacción*
BLAKE NELSON
- 7 *Informativos*
PACO MIR
- 8 *Siéntate aquí, chaval*
ARTURO PÉREZ-REVERTE
- 9 *Hasta que llegó la red*
NICHOLAS CARR
- 10 *Un negocio absurdo*
MIGUEL ÁNGEL FURONES
- 11 *En el paro*
ROBIN SLOAN
- 12 *Tres momentos*
MANUEL RIVAS, BERNARDO ATXAGA Y QUIM MONZÓ

COMUNICACIÓN

página 33

- 1 El texto. Clases de textos
 - El soporte de los textos escritos
- 2 La cohesión textual
 - Mecanismos literarios de cohesión
- 3 La narración
 - Narradores extraordinarios
- 4 La descripción y el diálogo
 - El lenguaje del diálogo
- 5 La exposición
 - Las formas de organización de los textos expositivos
- 6 La argumentación
 - La argumentación en la literatura
- 7 Los medios de comunicación
 - Medios audiovisuales de comunicación
- 8 El texto periodístico
 - La prensa digital
- 9 La comunicación en Internet
 - Los blogs
- 10 La publicidad
 - Publicidad y arte
- 11 Variedades sociales y de registro
 - Rasgos lingüísticos de la variedad coloquial
- 12 Las lenguas de España
 - Las lenguas peninsulares y la cultura actual

LÉXICO

página 83

- 1 Clases de diccionarios
- 2 El diccionario y la tecnología
- 3 Las definiciones de las palabras
- 4 Sentido literal y sentido figurado
- 5 Denotación y connotación
- 6 El cambio semántico
- 7 Palabras de origen latino
- 8 Palabras procedentes de otras lenguas
- 9 Unidades léxicas complejas
- 10 Las abreviaciones léxicas (I)
- 11 Las abreviaciones léxicas (II)
- 12 Los tecnicismos

BANCO DE ACTIVIDADES

página 259

TEXTOS DE APLICACIÓN

página 267

ORTOGRAFÍA

página 97

- 1 Acentuación diacrítica (I)
- 2 Acentuación diacrítica (II)
- 3 Uso de las mayúsculas (I)
- 4 Uso de las mayúsculas (II)
- 5 Homófonos con *h* y sin *h*
- 6 Homófonos con *b* y con *v*
- 7 Parónimos con *ll* y con *y*
- 8 Ortografía de los extranjerismos
- 9 Signos de puntuación (I)
- 10 Signos de puntuación (II)
- 11 Signos de puntuación (III)
- 12 La norma ortográfica y la tecnología

GRAMÁTICA

página 111

- 1 Unidades lingüísticas y funciones sintácticas
- 2 Clases de sintagmas. El sintagma nominal
- 3 Clases de sintagmas. El sintagma verbal
- 4 Clases de sintagmas. SAdj, SAdv y SPrep
- 5 La oración. Sujeto y predicado
- 6 Complementos del predicado (I)
- 7 Complementos del predicado (II)
- 8 Complementos del predicado (III)
- 9 Clases de oraciones simples (I)
- 10 Clases de oraciones simples (II)
- 11 La oración compuesta
- 12 Oraciones subordinadas

LITERATURA

página 157

- 1 Síntesis de la literatura medieval
La venganza de Mudarra
ANÓNIMO
- 2 El Renacimiento
Carta del poeta Juan Boscán a la duquesa de Soma
JUAN BOSCÁN
- 3 La poesía renacentista (I)
Lamento de Nemoroso
GARCILASO DE LA VEGA
- 4 La poesía renacentista (II)
Noche serena
FRAY LUIS DE LEÓN
- 5 La prosa renacentista
Abindarráez y Jarifa
ANÓNIMO
- 6 El *Lazarillo de Tormes*
De un encuentro que tuvo Lázaro
ANÓNIMO
- 7 El Barroco
Libro de todas las cosas
FRANCISCO DE QUEVEDO
- 8 La poesía barroca
El forzado
LUIS DE GÓNGORA
- 9 La prosa barroca
Camino de Segovia
FRANCISCO DE QUEVEDO
- 10 Cervantes y el *Quijote*
Don Quijote va a ver a Dulcinea
MIGUEL DE CERVANTES
- 11 El teatro del siglo XVI
La mantecada
LOPE DE RUEDA
- 12 El teatro barroco
Lamento de Segismundo
PEDRO CALDERÓN DE LA BARCA



COMUNICACIÓN

Contenidos

- 1 El texto. Clases de textos
- 2 La cohesión textual
- 3 La narración
- 4 La descripción y el diálogo
- 5 La exposición
- 6 La argumentación
- 7 Los medios de comunicación
- 8 El texto periodístico
- 9 La comunicación en Internet
- 10 La publicidad
- 11 Variedades sociales y de registro
- 12 Las lenguas de España

1 La comunicación y el texto

Los seres humanos compartimos continuamente información. Cuando hablamos, leemos un correo electrónico o saludamos con la mano estamos emitiendo o recibiendo mensajes con una información.

La **comunicación** es la transmisión de información a través de mensajes.

Si los mensajes se emiten de **forma lingüística e intencionada** decimos que esos mensajes constituyen textos.

Un **texto** es un mensaje completo que se transmite oralmente o por escrito dentro de un acto de comunicación.

Pueden constituir un texto un anuncio, un libro o un cartel como «Prohibido el paso» ya que en todos ellos se crea una **situación comunicativa completa**.

2 Clases de textos

Un texto se puede clasificar de varias maneras atendiendo a distintos criterios:

Según el canal de transmisión

- **Oral.** La comunicación suele ser **espontánea** (conversación o diálogo). Sin embargo, ciertos textos orales son planificados (conferencia, entrevista...).
- **Escrito.** Es un texto **planificado**. Se caracteriza por tratar un **tema concreto**, debe tener **coherencia** (el texto debe tener sentido para ser entendido correctamente) y **cohesión** (las partes del texto deben estar bien enlazadas entre sí).

Según el registro utilizado

- **Formal.** Se emplea un **lenguaje muy cuidado** y ciertas fórmulas de respeto.
- **Informal.** Se caracteriza por el empleo de un **lenguaje cotidiano** en el que aparecen expresiones y frases hechas.

Según el tema del contenido

- **Científico-técnico.** Intenta presentar y demostrar con rigor y precisión un descubrimiento o avance científico.
- **Humanístico.** Desarrolla temas sobre el ser humano como ser individual y como ser social: textos de filosofía, psicología, sociología...
- **Periodístico.** Aporta información sobre hechos o temas de actualidad y de interés general.
- **Literario.** Su función es estética. Los hechos que se cuentan son ficticios.
- **Jurídico-administrativo.** Es el empleado por las instituciones para comunicarse: redacción de leyes, formularios, actas...
- **Publicitario.** Tiene como objetivo persuadir al receptor con un fin comercial.

Escucha el texto y contesta.



- ¿Qué tipo de acto comunicativo se produce en el texto que has escuchado?
- El texto es oral, pero ¿crees que han preparado previamente lo que dicen o es una conversación espontánea?
- ¿Cómo es el lenguaje que emplean los interlocutores? ¿Emplean un lenguaje cuidado o se tratan con confianza?
- ¿Cuál es el tema del texto? ¿Crees que influye en el tipo de lenguaje que utilizan?

SABER MÁS

La intención comunicativa

Cuando emitimos un texto, lo hacemos siempre con una intención comunicativa.

- Textos **informativos**. Su objetivo es ofrecer información; como, por ejemplo, las noticias, los libros de texto, un cartel que indica un horario o las ruedas de prensa.
- Textos **persuasivos**. Su propósito es convencer; como, por ejemplo, la propaganda electoral, las opiniones de los periódicos o los anuncios.

Según la organización del contenido

Esta clasificación de los textos es la que determina la **modalidad textual**. En las próximas unidades veremos cada una de ellas de forma detallada.

- **Narración.** Es el relato de unos hechos reales o ficticios que están protagonizados por unos personajes y se desarrollan en un periodo de tiempo.
- **Descripción.** Consiste en la presentación de las partes o los rasgos de seres, lugares, paisajes, ambientes, objetos, sentimientos o fenómenos.
- **Exposición.** Su propósito es transmitir información de manera objetiva, ordenada y clara.
- **Argumentación.** Tiene como finalidad defender una idea o una opinión aportando razones.
- **Diálogo.** Es una conversación en la que los interlocutores se comunican alternándose en las intervenciones.

Aunque se presenten por separado, hay que recordar que las modalidades textuales suelen combinarse. Es habitual que en las narraciones haya descripciones o que en los textos expositivos aparezcan argumentaciones.

ACTIVIDADES

- 1 Clasifica los siguientes textos según cada uno de los criterios: canal, registro, tema y organización del contenido. Ten en cuenta que algunos textos pueden pertenecer a más de una modalidad textual.

Declaración de los Derechos del Niño

La Asamblea General de las Naciones Unidas, proclama la presente Declaración de los Derechos del Niño a fin de que este pueda tener una infancia feliz y gozar de los derechos y libertades que en ella se enuncian e insta a los padres, a los hombres y mujeres individualmente y a las organizaciones a que reconozcan esos derechos y luchen por su observancia con medidas legislativas y de otra índole.

Qé!® TENTACIÓN

Llega la más irresistible tentación de Qé!®, una deliciosa caña rellena de cremoso cacao, bañada con cacao y pepitas de intenso chocolate, ¡CAERÁS!

Méliès el mago

El 1 de mayo de 1902 se estrenó *Viaje a la Luna*, la película muda del director francés Georges Méliès. Esta producción de 13 minutos costó la cifra récord de 10000 francos. Los efectos especiales causaron admiración.

El argumento, inspirado en una novela de Julio Verne, cuenta la historia de seis científicos que viajan a la Luna y son capturados por unos extraños seres.

Historia visual del siglo XX, El País Aguilar (Adaptación)



Ricky se desinfla

Ricky Rubio se desinfla en la NBA y anota solo cinco puntos para los Timberwolves. El base español no pudo con la energía de los Rockets que consiguieron su sexto triunfo.

20minutos.es



El internado

Allie se estremeció.

–Y hoy hemos ido a echarle un vistazo. Hemos hablado con la directora...

–Que es simpatiquísima –apuntó el padre.

La madre de Allie ignoró el comentario.

–... y ha accedido a que empieces esta semana.

–Un momento... ¿Esta semana? –Allie alzó la voz con incredulidad–. ¡Pero si solo hace dos semanas que estoy de vacaciones!

–Irás a un internado –sentenció su padre como si no la hubiera oído.

Allie los miró boquiabierta. ¿Internado?

C. J. DAUGHERTY, Night School

- 2 Explica si alguno de los textos anteriores podría ser un texto oral. Especifica cuál y por qué.

El soporte de los textos escritos

Los textos escritos han precisado, desde su origen, un **soporte** en el que consignar los caracteres que conforman el propio texto.

El nacimiento de la escritura se produjo sobre tablas de **arcilla** en las que se grababan los signos con un punzón. Esta técnica de tallar los caracteres se aplicó también a superficies como la **pedra** (sobre monumentos, inscripciones funerarias, etcétera) o una tabla de madera recubierta de **cera** (así escribían en la antigua Roma).



Pronto se dio la necesidad de que el soporte de la escritura fuese más ligero y manejable: se empleó el **papiro** (lámina sacada del tallo de una planta), el **pergamino** (lámina de piel de animal) y el **papel**, inventado en China entre los siglos III y VI.

Desde entonces, el papel ha sido el principal soporte de los textos escritos, ya sea **escrito a mano** con tinta (mediante pluma estilográfica, bolígrafo...), ya sea **impreso** de modo mecánico (mediante la imprenta, la máquina de escribir, la impresora...).

En la actualidad, el texto escrito sobre papel convive con el **soporte digital**. Los libros no solo se leen impresos sino en libros electrónicos y tabletas.

La mayor parte de la comunicación escrita tiene lugar mediante procedimientos informáticos: correo electrónico, mensajería instantánea, chat... Con indudables ventajas –y, tal vez, algún inconveniente–, el texto en soporte digital ha facilitado y dinamizado el uso de la escritura: hoy se escribe más que nunca. Este soporte representa el presente y el futuro de los textos.



Poética de las cartas

Aún estoy buscando la manera de describir ese suspiro azul que es una carta aérea, el peso ostentoso de una invitación con su correspondiente «*Se ruega confirmación*», el feliz apretón de manos de una nota de agradecimiento. Auden lo describió certeramente: lo romántico del correo y de las noticias que trae, las posibilidades transformadoras de la correspondencia. Solo la llegada de una carta nos despierta una fe que nunca se agota. La bandeja de entrada del correo electrónico frente a la caja de zapatos envuelta en papel de estraza: esta última será atesorada y nos acompañará cuando nos mudemos, o la dejaremos atrás y alguien la encontrará cuando nos haya-

mos ido. ¿Debería nuestra historia, la prueba de nuestra existencia personal, residir en un servidor (en una nave de paredes metálicas en mitad de una llanura estadounidense) o más bien donde siempre lo ha hecho, esparcida entre nuestras posesiones físicas? Un correo electrónico es más difícil de «guardar», pero nunca pierde su perdurabilidad de píxel, y eso es una paradoja que solo ahora empezamos a asimilar. Los mensajes de correo electrónico son un dedo que nos tamborilea en el hombro para avisarnos de algo, pero las cartas son caricias y siempre se quedan merodeando para ser redescubiertas.

SIMON GARFIELD, *Posdata*

1 Especifica razonadamente qué clase de texto es según estos criterios:

- Canal de transmisión
- Registro utilizado
- Tema del contenido
- Organización del contenido

2 Explica si estás de acuerdo con la postura del autor del texto.

Resumir un texto

Anotaciones al margen

El subrayado se puede complementar con anotaciones al margen en las que se recojan ideas fundamentales. Estas anotaciones se realizan a medida que se hace la lectura del texto original y permiten localizar datos concretos con facilidad, por lo que resultan muy útiles para repasar el contenido de un texto.

Un resumen es un texto en el que se extrae la información esencial de otro texto más amplio. Por ello es una herramienta de estudio muy útil. Vamos a hacer un resumen de un texto académico.

- 1 Elige un texto de un libro de otra asignatura. Léelo detenidamente y asegúrate de que has comprendido su contenido y su estructura.
- 2 Subraya los conceptos e ideas importantes.
 - Selecciona solo las palabras clave y la información fundamental. Subrayar en exceso no sirve para resaltar lo importante.
 - Subraya con distintos colores; por ejemplo, la información principal en un color y las ideas secundarias con otro color.

Los **anillos de Saturno** están formados por **roca y hielo**. Aunque su nitidez y brillo podrían hacer pensar que contienen una gran cantidad de materia, no es así. Tienen **un diámetro de 250.000 km y apenas miden 1 km de grosor**. Están separados por el espacio llamado división de Cassini. La exploración del planeta ha revelado que **el sistema está formado por un número muy elevado de anillos**.

- 3 Elabora un esquema donde se muestre la jerarquía de las ideas: cuál es la información principal y cuáles son las secundarias. Refleja estas relaciones mediante números, letras, guiones, boliches, llaves...

Números	Letras	Boliches y guiones	Llaves
1.	A.	•	} } }
1.1.	a)	-	
1.2.	b)	-	

- 4 Empieza a escribir tu resumen. Parte de las ideas enunciadas en el esquema y desarróllalas relacionándolas mediante conectores.

A simple vista no es posible observar detalles de Saturno. **Sin embargo**, si el cielo está limpio, un pequeño telescopio revela el sistema de anillos, la división de Cassini y la sombra que el planeta proyecta sobre ellos. **Aun así** no es fácil observar bien su superficie, **puesto que** está a una enorme distancia.

- 5 Revisa tu resumen. Aplica en él las siguientes consideraciones:
 - Suprime la información accesorio: ni ejemplos ni ideas repetidas.
 - No copies textualmente fragmentos del texto, reformúlalos.
 - Emplea un lenguaje sencillo y evita las valoraciones personales.
- 6 Pon un título que sintetice el contenido del texto en conjunto.



1 Mecanismos de cohesión. Los conectores textuales

Un texto constituye un mensaje completo. Pero para que ese mensaje sea comprensible y se establezca satisfactoriamente la comunicación es necesario que las ideas y enunciados del texto estén relacionados unos con otros.

Los **mecanismos de cohesión** son procedimientos lingüísticos que relacionan entre sí los elementos de un texto para que resulte coherente.

Los mecanismos de cohesión pueden ser léxicos, gramaticales o textuales.

2 Mecanismos léxicos de cohesión

- La **repetición** consiste en emplear una misma palabra o expresión en varios enunciados para relacionarlos entre sí.

*Las novelas **policíacas** suelen tener una trama apasionante y personajes bien caracterizados. Las novelas **policíacas** son mis preferidas.*

- La **sustitución** consiste en cambiar una palabra o expresión por otra para evitar la repetición, que puede resultar redundante y pesada. Los procesos más habituales de sustitución son la **sinonimia** (sustituir una palabra de un enunciado anterior por un sinónimo) y la **hiperonimia** (sustituir una palabra de un enunciado anterior por otra que incluya su significado).

*Sinonimia: La gran **urbe** me impresionó desde mi llegada. Siempre había deseado vivir en una **ciudad** así.*

*Hiperonimia: Estuvimos en el Parque Nacional de Monfragüe y vimos muchos **buitres**. Esas **aves** pueden llegar a medir casi tres metros.*

3 Mecanismos gramaticales de cohesión

- La **elipsis** es la supresión de algún elemento léxico del enunciado. Se produce normalmente cuando el elemento suprimido es fácilmente identificable por haber aparecido antes en el texto.

*El **invitado** llegó puntual. Entró en la sala y saludó al anfitrión.*

El sujeto de la primera oración se ha elidido en la segunda. Pero se deduce que el sujeto de ambas oraciones es el mismo. De este modo, la elipsis sirve para conectar ambos enunciados.

- La **anáfora** es la relación que vincula una palabra del texto con otra anterior, a la que hace referencia. Suelen funcionar con valor anafórico los pronombres personales (yo, tú, él, nosotros...), los demostrativos y posesivos (este, esa, aquellos, sus, mías), los relativos (donde, que, como, quien...) y algunos adverbios (aquí, allí, ahora, entonces...).

*La joven se había olvidado por completo de Rafa. Sin embargo, **él** seguía acordándose de **ella** como todos los días de **su** vida.*

En el segundo enunciado, *él*, *ella* y *su* son términos anafóricos: el pronombre *él* y el posesivo *su* hacen referencia a *Rafa*; el pronombre *ella* remite a *la joven*.

Escucha el texto y contesta.



- ¿Sobre qué trata el audio?
- En el texto se explica el proceso de colonización. Explícalo.
- ¿Crees que los hechos que se narran tienen relación entre sí? ¿Qué orden se ha elegido para contarlos?
- ¿Se puede afirmar que los hechos están bien relacionados unos con otros?

SABER MÁS

La catáfora

La catáfora es el fenómeno inverso a la anáfora. En este caso, una palabra o expresión, el **término catafórico**, remite a un elemento posterior del texto.

*Entre los rasgos característicos de los marsupiales, se pueden destacar **los siguientes**: las hembras poseen en su vientre una bolsa o marsupio...*



4 Los conectores textuales

Los **conectores textuales** son palabras o locuciones que relacionan las distintas partes e ideas de un texto fomentando su comprensión global.

Los conectores textuales señalan las relaciones de significado que se establecen entre los enunciados, los párrafos u otras partes de un texto. Esas relaciones son muy diversas: adición, contraposición, consecuencia, explicación...

*Se suele afirmar que el ser humano es mortal. **Ahora bien**, ninguno de nosotros tiene una experiencia propia, personal, de la muerte. **Así pues**, mientras vivimos, la muerte es solo una conjetura.*

La mayoría de los conectores textuales son **adverbios** (*finalmente, entonces, además, así...*) o **locuciones** (*no obstante, sin embargo, por consiguiente, en primer lugar...*). Las principales clases de conectores son estas:

CLASES	EJEMPLOS
De orden	<i>En primer lugar (en segundo lugar...), por último, finalmente...</i>
Ejemplificativos	<i>Así, por ejemplo, en particular...</i>
Aditivos	<i>Además, encima, por añadidura...</i>
Adversativos	<i>Ahora bien, en cambio, no obstante, sin embargo...</i>
Consecutivos	<i>Así pues, en consecuencia, entonces, por lo tanto...</i>
Explicativos	<i>Es decir, esto es, o sea...</i>
Recapitulativos	<i>En conclusión, en definitiva, en resumen, en suma...</i>

ACTIVIDADES

- 1 Añade dos oraciones a la siguiente haciendo referencia a la palabra destacada: en la primera, con un sinónimo y, en la segunda, con un hiperónimo.

Como tenía hambre, entré en la tienda y compré dos **bizcochos**, esponjosos y jugosos.

- 2 Identifica las palabras subrayadas que tienen un valor anafórico y explica en qué consiste. Localiza en el segundo enunciado del texto un caso de elipsis.

El sapo

El sapo recibió el beso de la princesa y volvió a ser el príncipe apuesto de siempre. Regresó a su palacio, pero allí nadie lo reconoció ni le prestó la menor atención, porque la princesa había dicho que, como mucho, besaría un sapo por año y que, desde luego, iba a empezar por el príncipe. Y ya podían tirarse el rey y los cortesanos todo el día croando que no había manera de hacerla cambiar de opinión.

- 3 Identifica y clasifica los conectores del siguiente texto:

El conde

–En primer lugar, yo bebo de todo. En segundo lugar, me encantan los ajos. Por último, sí me reflejo en los espejos, aunque ustedes no sean capaces de apreciarlo. Así pues, caballeros –concluyó el conde–, les ruego que retiren sus palabras.

- 4 Explica los mecanismos de cohesión del texto.

El miedo

Una mañana nos regalaron un conejo de Indias. Llegó a casa enjaulado. Al mediodía le abrí la puerta de la jaula. Volví a casa al anochecer y lo encontré tal como lo había dejado, jaula adentro, pegado a los barrotes, temblando del susto de la libertad.



EDUARDO GALEANO

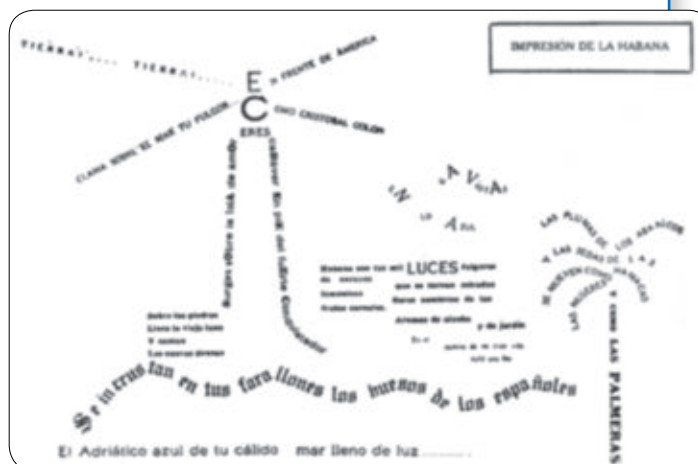
Mecanismos literarios de cohesión

Los textos literarios también se rigen por criterios de coherencia y cohesión. Sin embargo, algunas corrientes literarias han buscado obtener un efecto estético o comunicar un significado mediante la **alteración o supresión de los criterios de coherencia y cohesión textuales**.

Es el caso de la poesía de vanguardia de principios y mediados del siglo xx. Algunos poetas de esta época cultivaron un juego poético denominado «**cadáver exquisito**», que consiste en componer un poema entre varias personas: cada una escribe una palabra o enunciado que se incluye en una secuencia, sin saber qué escriben los demás. Así, el poema resultante carece, naturalmente, de cualquier tipo de coherencia o cohesión. El nombre de este juego procede del verso que resultó la primera vez que los vanguardistas lo practicaron:

El cadáver / exquisito / beberá / el vino / nuevo.

Otro procedimiento poético fue el **caligrama**: un poema en el que las palabras adoptan en el papel la forma de un dibujo sencillo. Así, la disposición en el espacio de las palabras aporta coherencia y cohesión al conjunto del texto, como en este caligrama de José Juan Tablada.



Pensamientos desde la celda

En la narrativa también hay textos que muestran una falta de coherencia y cohesión con algún fin expresivo. Así sucede en el siguiente fragmento que refleja la corriente de pensamiento del protagonista.

El destino fatal. La resignación. Estar aquí quieto el tiempo que sea necesario. No moverse. Aprender a estar mirando un punto de la pared hasta ir, poco a poco, concentrándose en un vacío sin pensamiento. Relajación autógena. Yoga. Estar tendido quieto. Tocar la pared despacio con una mano. Relax. Do-

minar la angustia. Pensar despacio. Saber que no pasa nada grave, que no hay más que esperar en silencio, que no puede pasar nada grave, hasta que el nudo se deshaga igual que se ha hecho. Estar tranquilo. Sentirse tranquilo. Llegar a encontrar refugio en la soledad, en la protección de las paredes. En la misma inmovilidad. No se está mal. No se está tan mal. Para qué pensar. No hay más que estar quieto.

LUIS MARTÍN-SANTOS
Tiempo de silencio

- 1 ¿En qué situación se encuentra el narrador? ¿Qué estado de ánimo domina en él?
- 2 Analiza el lenguaje empleado en el texto.
 - ¿Qué formas verbales se emplean más?
 - ¿Predominan los sustantivos abstractos o concretos?
 - ¿Cómo son los enunciados?
 - ¿Qué signo ortográfico los separa?
 - ¿Hay o no conectores? ¿Abundan las repeticiones?

- 3 **TRABAJO COOPERATIVO.** Formad un grupo para escribir un «cadáver exquisito». Doblád un folio tantas veces como participantes seáis, en forma de acordeón. Escribid cada uno un enunciado en cada lado, sin leer los de los demás. Por último, leed la composición resultante.
- 4 **Elabora un caligrama.** Hazlo así:
 - Primero redacta el poema.
 - Luego traza un esbozo del dibujo.
 - Después, escribe el poema sobre él.

Redactar un texto coherente y cohesionado

Un texto bien construido debe ser gramaticalmente correcto y respetar las normas ortográficas. Pero, además, ha de cumplir otras condiciones, como la coherencia y la cohesión. Vamos a redactar un texto coherente y cohesionado.

1 Elige qué tipo de texto vas a escribir.

- Una redacción sobre tu género cinematográfico favorito.
- Una entrada de blog sobre alguna afición que tengas.
- Una carta a un abuelo o abuela.
- Un resumen del argumento de un libro que hayas leído.

2 Comienza a redactar tu texto. Para que sea coherente, recuerda cumplir estos dos requisitos:

- Evita que alguna idea entre en contradicción con lo que se afirma en otra parte del texto. Las ideas han de ser compatibles entre sí.
- Procura que toda idea esté relacionada con el tema general del texto o con algún aspecto concreto del tema.

Dentro de mi género favorito (la ciencia ficción), las películas que más me gustan son las que se desarrollan en el espacio. Sobre todo si se sitúan en un futuro lejano, con tecnología muy avanzada...

3 Prosigue la redacción. Para que el texto esté cohesionado, recurre a los siguientes mecanismos:

- Indica el tipo de relación que existe entre los enunciados o párrafos mediante conectores textuales. Estos elementos establecen relaciones de espacio, de tiempo, de causa, de ejemplo...
- Alude a un mismo ser, evento, asunto o concepto en distintos enunciados. Para ello puedes usar la misma palabra, pero también emplear un sinónimo, un hiperónimo, un pronombre, un adverbio, una nominalización...

*Existen distintos tipos de pelotas de baloncesto. Para mí, los mejores **balones** son los de la marca...
Me he apuntado a un entrenamiento del barrio con Berta, vuestra otra nieta. **Ella** juega muy bien...
Ayer estuve practicando en la pista. **Allí** me encontré a Luis...
Al principio aparentó mover bien el balón, pero pronto vimos cuánto le costaba mantener la **impostura**...*

4 Lee tu texto y haz todos los cambios que consideres necesarios para mejorarlo. No olvides revisar la puntuación y la ortografía.

5 Por último, pon un título corto que resuma la idea principal del texto.

La adecuación

Además de la coherencia y la cohesión, un buen texto debe respetar el principio de pertinencia, es decir, debe ser adecuado al contexto comunicativo. Así, un texto de carácter profesional dirigido a un desconocido no debe tener un tono familiar: el texto no se estaría adecuando al contexto.



1 La narración

La **narración** es el relato de hechos reales o ficticios que se desarrollan en el tiempo y están protagonizados por unos personajes.

Hablar o escribir con la intención de contar algo que ha sucedido implica construir un texto narrativo. Los hechos contados pueden ser **reales** o **ficticios**.

Todas las narraciones poseen narrador, personajes y acción.

2 El narrador

El autor de un texto narrativo cuenta la historia a través de la voz de un narrador. El **narrador** es quien selecciona y ordena los hechos, marca el tono de la narración y caracteriza a los personajes.

Según la posición que adopte se reconocen dos tipos de narradores:

- **Narrador interno.** Emplea la **primera persona**, dado que participa en la historia como un personaje. Este narrador puede desempeñar el papel de **protagonista** de la acción o de **testigo de los hechos**.
- **Narrador externo.** Emplea la **tercera persona**, ya que no participa en los hechos que relata. En algunos casos, el narrador en tercera persona lo sabe todo sobre los personajes: qué hacen, qué piensan, qué sienten...; ese tipo de narrador recibe el nombre de **narrador omnisciente**. En otros casos, el narrador solamente relata aquello que ve: es un **narrador objetivista**.

3 Los personajes

Los **personajes** son los seres, reales o ficticios, que llevan a cabo la acción. Normalmente son personas, pero pueden ser animales u objetos personificados.

Según la importancia de los personajes, se clasifican en **principales** y **secundarios**. Entre los principales destacan el **protagonista**, que es quien lleva el peso de la acción, y el **antagonista**, que se opone al protagonista. En ocasiones el protagonista es acompañado por un personaje que desempeña el rol de **ayudante**. En el siguiente ejemplo, Sherlock Holmes es el protagonista; el ayudante, el doctor Watson; y el antagonista, el profesor Moriarty.

Holmes vio en mis ojos la pregunta y me dijo:

–Es probable que no haya oído usted hablar del profesor Moriarty.

–Jamás.

–¡Ahí está precisamente lo genial y asombroso del asunto! –exclamó–. El hombre llena por completo Londres, y nadie ha oído hablar de él. Le digo con toda seriedad, Watson, que si yo consiguiera vencer a ese hombre tendría la sensación de que mi carrera había alcanzado su cúspide.

ARTHUR CONAN DOYLE, *El problema final*

Escucha el texto y contesta.



- ¿Quién era Fourier? ¿Qué le sorprendió de Champollion?
- ¿Quién es el narrador del texto? ¿Qué tipo de narrador es?
- ¿Quién es el protagonista? ¿Cuáles son los personajes secundarios?
- ¿Cuál es la clave de la piedra Rosetta según Champollion?
- ¿Cuánto tiempo crees que abarca la narración?

SABER MÁS

Las voces del personaje

Cuando el narrador se expresa a través de sus personajes puede hacerlo siguiendo distintos modelos:

- **Estilo directo.** Se reproduce textualmente lo que dicen, piensan o sienten los personajes: *Paula dijo: «Tengo que salir de aquí».*
- **Estilo indirecto.** El narrador usa sus propias palabras para expresar la voz del personaje: *Entonces Paula dijo que tenía que salir de allí.*
- **Estilo indirecto libre.** El narrador expresa con sus palabras sentimientos de los personajes: *El calor era insoportable, Paula tenía que salir de allí.*

Según el grado de complejidad psicológica con que se presentan, los personajes pueden ser planos o redondos.

- Los personajes **planos** no evolucionan a lo largo de la narración y responden a unas características fijas; como, por ejemplo, los personajes de los cuentos tradicionales.
- Los personajes **redondos**, sin embargo, poseen rasgos individuales y evolucionan a lo largo del relato. Son seres de cierta complejidad psicológica que presentan similitudes con las personas reales.



Fotograma de *La vuelta al mundo en 80 días*. Muchos protagonistas literarios aparecen siempre junto a un personaje ayudante.

4 La acción. Estructura y desarrollo

La **acción** es el conjunto de los hechos que suceden en la narración.

En su forma más típica, las narraciones se estructuran de la siguiente forma:

Planteamiento

Se sitúan espacial y temporalmente los hechos y personajes.



Nudo

Se desarrollan los acontecimientos y acciones.



Desenlace

Se presentan los hechos o efectos resultantes de las acciones.

El narrador puede contar los hechos en **orden cronológico**, o puede **alterar el orden temporal** de los acontecimientos utilizando los siguientes recursos:

- **Anticipación.** Consiste en adelantar hechos que sucederán más tarde.

El día que lo iban a matar, Santiago Nasar se levantó a las 5.30 de la mañana para esperar el buque en que llegaba el obispo.

GABRIEL GARCÍA MÁRQUEZ, *Crónica de una muerte anunciada*

- **Retrospección.** Consiste en retroceder en el tiempo para contar hechos anteriores al momento en que se sitúa la historia.

Se acordaba de aquel gran pecado que había cometido la noche que pasó dentro de la barca con aquel Germán, su amigo... ¡Infames! La Regenta sentía rubor y cólera al recordar aquella calumnia.

LEOPOLDO ALAS «CLARÍN», *La Regenta*

ACTIVIDADES

- 1 Lee el texto e indica de qué tipo es el narrador.

El gran casting

Mi vida ha sido un gran *casting*. Ni siquiera recuerdo la primera vez que mi madre me llevó a uno. Escogían niños para un anuncio de pañales. Si le preguntas a alguien por sus primeros recuerdos, casi todo el mundo te hablará de cuando jugaba con sus amigos de infancia, pero a mí me vienen a la memoria los fríos pasillos donde aguardaba a que me llamasen. Lo único bueno de todo aquello era que, cuando salíamos de allí, mi madre me llevaba a comer a McDonald's.

ELIZABETH EULBERG

Del material del que están hechos los sueños

- 2 Lee de nuevo el texto de Sherlock Holmes de la página anterior. ¿Qué personaje narra la historia? ¿Es un narrador omnisciente u objetivista? Justifica tu respuesta.

- 3 Escribe un relato, real o ficticio, sobre lo que hiciste ayer. Ten en cuenta lo siguiente:

- Elige un tipo de narrador: omnisciente u objetivista.
- Escoge a tus personajes y determina su importancia.
- Introduce una anticipación o una retrospección.
- Estructura tu relato mediante un planteamiento, un nudo y un desenlace.



Narradores extraordinarios

El narrador de naturaleza atípica

El **narrador interno** es, según hemos visto, un personaje presente en el relato como protagonista o como testigo de los hechos. En ocasiones, este personaje narrador posee una **naturaleza peculiar**. Así, el narrador puede ser un bebé, un animal, una persona fallecida, un fantasma, un extraterrestre... He aquí algunos ejemplos:

*Está bien, está bien. Cuélguenme. Maté al pájaro.
Por todos los cielos, soy un gato. Mi trabajo,
prácticamente, es andar sigiloso por el jardín tras
los dulces pajaritos.*

ANNE FINE, *El diario de un gato asesino*

*Estoy aquí, boca arriba, pensando en aquel tiempo
para olvidar mi soledad. Porque no estoy acostada
solo por un rato. Y ni en la cama de mi madre,
sino dentro de un cajón negro como el que se usa
para enterrar a los muertos. Porque estoy muerta.*

JUAN RULFO, *Pedro Páramo*

*A menudo fingí creer en fantasmas y fingí creerlo
festivamente, y ahora que soy uno de ellos
comprendo por qué las tradiciones los representan
dolientes e insistiendo en volver a los sitios que
conocieron cuando fueron mortales.*

JAVIER MARIAS, *Cuando fui mortal*

El efecto en el lector

La presencia de estos narradores extraordinarios pretende provocar diversos efectos en el lector. A veces la elección de uno de estos narradores está al servicio del **humor**; otras veces, lo que se busca es la **sorpresa**. En cualquier caso, lo que consigue siempre la voz del narrador atípico es aportar al relato un **punto de vista original**, a través del cual la historia llega al lector de un modo novedoso y diferente, como es el caso de este narrador, encerrado en un hospital psiquiátrico:

*Creo llegado el momento de disipar las posibles
dudas que algún amable lector haya podido haber
estado abrigando hasta el presente con respecto
a mí: soy, en efecto, o fui, más bien, y no de forma
alternativa sino cumulativamente, un loco,
un malvado, un delincuente y una persona de
instrucción y cultura deficientes, pues no tuve otra
escuela que la calle.*

EDUARDO MENDOZA, *El misterio de la cripta embrujada*



Un tambor para Óscar

Mi nacimiento estuvo muy bien. Sin fatiga especial me liberé de la posición de cabeza tan apreciada a la vez por las madres, los fetos y las comadronas. [...]

–Es un niño –dijo aquel señor Matzerath que creía ser mi padre–. Más adelante podrá hacerse cargo del negocio. Ahora sabemos por fin para quién trabajamos.

Mamá pensaba menos en el negocio y más en la ropita de su bebé: –Ya lo sabía yo que iba a ser un niño, aunque alguna vez dijera que sería una nena.

Así tuve ocasión de familiarizarme tempranamente con la lógica femenina, y enseguida dijo: –Cuando el pequeño Óscar cumpla tres años, le compraremos un tambor.

Por un buen rato estuve reflexionando y comparando la promesa materna y la paterna. [...]

Gritando pues por fuera y dando la impresión de un recién nacido amoratado, tomé la decisión de rechazar rotundamente la proposición de mi padre.

GÜNTER GRASS, *El tambor de hojalata*

- 1 Indica quién es el peculiar narrador de este texto. ¿Es un narrador interno o externo? Di en qué persona gramatical habla.
- 2 Relee los textos de esta página y señala el tipo de narrador y la persona en la que se expresa.

Contar una experiencia personal

Las secuencias no narrativas

Los textos narrativos pueden incluir pasajes descriptivos y dialogados. Procura emplear en tu texto secuencias descriptivas y dialogadas, ya que restan monotonía a la lectura, proporcionándole vivacidad.



El relato de una experiencia personal presenta dos características: que aquello que se cuenta es real y que quien lo narra ha sido protagonista o testigo de lo relatado. Contar algo que le ha sucedido a uno mismo da como resultado un texto narrativo. Vamos a contar una experiencia personal.

- 1 Piensa en diversas experiencias que te hayan ocurrido y selecciona una que tenga un significado especial para ti:

Un suceso intenso.

Una anécdota curiosa.

Una situación bonita.

Un día especial.

Una buena noticia.

Un encuentro casual.

- 2 Determina algunos elementos fundamentales de tu narración.

- Hecho principal.
- Fecha en la que sucedió.
- Lugar en donde ocurrió.
- Desenlace de los hechos.

- 3 Haz una relación de los personajes que van a intervenir en tu narración. Debes tomar nota de los rasgos físicos o psicológicos que consideres relevantes para la historia.

- 4 Esboza la estructura narrativa de tu relato.

- Establece el marco narrativo (espacio, tiempo y personajes).
- Indica la situación inicial en la que arranca el relato.
- Sintetiza el desarrollo de la acción.
- Señala el desenlace.

- 5 Empieza a escribir tu relato. No olvides emplear la primera persona, ya que es una experiencia en la que has intervenido.

- 6 Tu narración implica una progresión en el tiempo. Emplea, por tanto, marcadores temporales que indiquen los distintos momentos que tienen lugar.

En aquel verano...; entonces...; primero...; luego...; después...; más tarde...; por último...; al final...

- 7 Piensa un título para tu narración y escríbelo. Procura que sea original y resulte atractivo para el lector.

Un regalo muy original

Más ligero que el aire

Un viaje soñado

Disfrutando el camino

- 8 Una vez que hayas terminado tu texto, revisa la puntuación, la ortografía y la redacción del mismo.

1 La descripción

Describir consiste en presentar las partes o los rasgos característicos de seres, lugares, paisajes, objetos, sentimientos o fenómenos.

Para hacer una descripción es preciso seguir una serie de **pasos**:

- **Observar** minuciosamente aquello que se va a describir.
- **Seleccionar** los rasgos más característicos: forma, color, tamaño...
- **Disponer** ordenadamente los elementos seleccionados: de arriba abajo, de derecha a izquierda, de lo anterior a lo posterior...
- **Elaborar** la descripción en función de un objetivo: exactitud, expresividad...

2 Tipos de descripciones

Según la intención comunicativa

- **Descripción objetiva.** El emisor pretende reflejar lo que ve de forma minuciosa y precisa, sin manifestar sus sentimientos o emociones. Tiene **carácter exhaustivo**. Suele ser de tipo **técnico** o **científico**.
- **Descripción subjetiva.** El emisor no se preocupa por mostrar la realidad tal y como es, sino por expresar los efectos que esa realidad produce en su ánimo. Tiene **finalidad estética**. Se da en textos **literarios** o **publicitarios**.

Según el punto de vista

- **Descripción realista.** El autor intenta describir la realidad tal y como es.
- **Descripción idealizadora.** El autor solo selecciona los aspectos positivos.
- **Descripción degradante.** El autor pretende menospreciar lo descrito destacando sus aspectos negativos (como en el caso de la **caricatura**).

ACTIVIDADES

- 1 Lee el siguiente texto de Azorín y contesta.

Las quebras de la montaña lejana ya se ven más distintas; el color de las faldas y de las cumbres, de azul claro ha pasado a azul gris. Una avutarda cruza lentamente, pausadamente, sobre nosotros; una bandada de grajos, posada en un bancal, levanta el vuelo y se aleja graznando; la transparencia del aire, extraordinaria, maravillosa, nos deja ver las casitas blancas remotas; el llano continúa monótono, yermo. Y nosotros, tras horas y horas de caminata por este campo, nos sentimos abrumados, anonadados, por la llanura inmutable, por el cielo infinito, transparente, por la lejanía inaccesible. Y ahora es cuando comprendemos cómo Alonso

Quijano había de nacer en estas tierras, y cómo su espíritu, sin trabas, libre, había de volar frenético por las regiones del ensueño y de la quimera. ¿De qué manera no sentirnos aquí desligados de todo?

AZORÍN, *La ruta de Don Quijote*

- ¿Qué es lo que está describiendo el autor?
- Según su intención comunicativa, ¿es una descripción objetiva o subjetiva?
- Según el punto de vista, ¿es realista, idealizadora o degradante?

- 2 Describe un paisaje que te haya causado una gran impresión. Recuerda seguir los pasos indicados para hacer una descripción.

Escucha el texto y contesta.



- ¿Cuáles son los tres primeros adjetivos con los que se describe a Scrooge? ¿Con qué imágenes se le compara?
- ¿Cómo es el día de Navidad en el que se narra la historia?
- ¿Sobre qué tema dialogan Scrooge y su tío? ¿Qué opina cada uno?
- ¿Cómo se describe el lugar donde vive Scrooge?

SABER MÁS

Tipos de descripción

Cuando la descripción se centra en el aspecto físico, recibe el nombre de **prosopografía**. Cuando se centra en los rasgos psicológicos o en el carácter, se denomina **etopeya**.



3 El diálogo. Tipos de diálogos

El **diálogo** es un tipo de texto en el que dos o más personas se comunican alternándose en las intervenciones.

Existen dos tipos de diálogo oral: el **espontáneo** y el **planificado**.

Diálogos espontáneos

Este tipo de diálogo carece de plan organizativo: ni el tema ni la distribución de las intervenciones está planificado. La conversación es improvisada.

Diálogos planificados

En este tipo de diálogo hay una organización previa en la que se determinan el tema y las pautas a seguir en la conversación.

- **Debate.** Es una discusión ordenada en la que dos o más personas exponen su opinión sobre un tema.
- **Tertulia.** Se trata de una reunión en la que varias personas dialogan en torno a un tema sobre el que los participantes comparten interés.
- **Entrevista.** Es un diálogo en el que una persona hace preguntas a otra para conocer, o para dar a conocer al público, datos de interés.

4 El diálogo literario

En los diálogos literarios son personajes de ficción los que conversan. Estos diálogos se encuentran en las **obras narrativas** y sobre todo en las **obras teatrales**.

El diálogo literario es **planificado**, ya que lo organiza el autor; sin embargo, puede pretender **imitar un diálogo espontáneo**.

SABER MÁS

Estructura del debate

El desarrollo del debate suele ofrecer la siguiente estructura:

- **Introducción.** El moderador presenta a los participantes y expone el tema.
- **Exposición inicial.** Cada participante enuncia su opinión.
- **Discusión.** Los interlocutores confrontan sus posturas.
- **Conclusión.** Cada participante resume su postura.
- **Despedida.** El moderador recopila las opiniones y pone fin.

ACTIVIDADES

- 3 Lee este fragmento de entrevista y di de qué tipo de diálogo se trata. Justifica tu respuesta.

Pregunta: Nelson Mandela, ya han pasado 10 años desde que se retiró de la actividad política y las cosas han cambiado mucho.

Respuesta: Sí, mucho. Ahora Zuma es Presidente y nuestro país se ha convertido en el país que albergue el Mundial de Fútbol de 2010.

P.: ¿Qué balance hace de sus años como presidente del país?

R.: Fueron años muy bonitos, sin duda, pero también fueron años difíciles donde había que demostrar que me merecía el puesto que ostentaba. No solo a los sudafricanos sino también al mundo entero.

- 4 Explica qué tipo de diálogo es una encuesta.

- 5 Escribe un debate ficticio siguiendo estas pautas:

- Elige el tema que se va a debatir.
- Redacta la presentación que hará el moderador de los participantes.
- Escribe un par de intervenciones de cada participante.
- Redacta la conclusión de cada postura y la conclusión del debate por parte del moderador.



El lenguaje del diálogo

Elementos lingüísticos del diálogo

En el diálogo son especialmente frecuentes ciertos elementos lingüísticos, como las **llamadas al interlocutor**, los **modalizadores** y los **deícticos**.

- Las **llamadas al interlocutor** se emplean para mantener el contacto comunicativo por medio de vocativos, imperativos y muletillas: *Ana, ¿me pasas la sal?*; *escucha una cosa*; *por favor, dime*; *¿eh?*, *¿no?*, *¿verdad?*, *¿entiendes?*, *claro, bueno...*
- Los **modalizadores** son palabras o expresiones que se emplean para introducir el punto de vista del emisor en el diálogo: *deseo, creo, opino, pienso, prometo, exijo, dudo...*; *en mi opinión, sin duda, por fortuna, a decir verdad...*; *felizmente, desgraciadamente...*
- Los **deícticos** son aquellas palabras que tienen la capacidad de señalar lugares (*aquí, ahí, allí*), tiempos (*entonces, ahora, luego...*), personas (*yo, él, vosotras, aquel...*) o cosas (*este, eso, aquella...*) tomando como punto de referencia la situación comunicativa.



Elementos extralingüísticos del diálogo

En los diálogos que mantienen dos interlocutores cara a cara tienen lugar algunas manifestaciones extralingüísticas que a menudo acompañan a la lengua oral: es la **cinésica**.

La cinésica estudia el significado que le dan a la conversación los gestos y los movimientos corporales que acompañan a las palabras.

Besos y rosquillas

(CLIMANDO *silba mientras tira el cordel al agua intentando pescar. Entra MITA, mujer joven, vestida con andrajos negros*).

CLIMANDO. Hola, Mita.

MITA. Hola.

CLIMANDO. ¡Qué triste estás! (MITA *hace un gesto vago*). Para que no estés triste te debería dar un beso. (Pausa). Me gustan tus besos más que el tufillo de la pastelería de la avenida.

MITA. A mí casi me ocurre lo mismo contigo. Pero no es para tanto.

CLIMANDO. Eso es que te gustan más las rosquillas que mis besos.

MITA. Claro.

CLIMANDO. A mí me ocurre lo mismo.

MITA. Somos iguales.

CLIMANDO. Hemos nacido el uno para el otro. (*Alborozado*). A los dos nos gustan más las rosquillas que los besos.

MITA. Pero yo estoy muy triste.

CLIMANDO. ¿Qué te pasa?

MITA. Nada.

CLIMANDO. Pero, ¿nada, nada?

MITA. Sí, nada, nada.

CLIMANDO. Pero, ¿nada, nada, nada?

MITA. Sí, nada, nada, nada.

CLIMANDO. ¡Huy! ¡Qué triste tienes que estar!

FERNANDO ARRABAL, *El triciclo*

1 Localiza en el diálogo estos elementos:

- Una llamada al interlocutor.
- Un modalizador.
- Un deíctico.

2 Señala los elementos extralingüísticos que se dan en el diálogo y explica qué expresa cada uno.

- ▶ Añade dos acotaciones que incluyan elementos extralingüísticos.

Participar en un debate

La refutación de argumentos

En un debate, es útil prever cuáles van a ser los argumentos de los participantes que defienden posturas contrarias a la nuestra. Así, podemos preparar razones para rebatirlos. Para ello es interesante hacer una lista de los argumentos que podrían aportar los demás y, a continuación, buscar una idea que los refute.

El debate es un tipo de diálogo organizado en el que los participantes expresan su opinión sobre un tema de manera argumentada y ordenada. Vamos a organizar un debate en clase entre un grupo de alumnos.

- 1 TRABAJO COOPERATIVO.** Pensad y decidid entre todos cuál va a ser el tema del debate. Si queréis, podéis elegir alguno de los siguientes temas:

Las descargas ilegales de contenidos de Internet.
La influencia de la tecnología en las relaciones personales.
La producción y consumo de alimentos transgénicos.
El uso del coche en los centros urbanos.

- 2 USA LAS TIC.** Documentaos previamente. Buscad información y opiniones relevantes sobre el tema en distintos medios de comunicación: periódicos, revistas, páginas web...
- 3 Estableced las normas específicas del debate.** Para ello, debéis determinar quiénes son los participantes, elegir un moderador y concretar los siguientes datos:
 - Duración aproximada del debate.
 - Tiempo máximo de cada intervención.
 - Normas de petición de palabra.
- 4 Empezad y llevad a cabo el debate.** Para ello debéis respetar su estructura.
 - Primero, el moderador inicia el debate mediante una breve exposición del tema y presenta de modo general a los participantes.
 - A continuación, los participantes deben enunciar por turnos, uno a uno, su postura respecto al tema.
 - Cuando ya han intervenido todos los participantes, el moderador otorga la palabra a aquellos que quieran confrontar sus opiniones con las de los demás.
 - Una vez expuestos y rebatidos todos los puntos de vista, a petición del moderador y por turnos, los participantes enuncian una síntesis de sus argumentos que sirve como conclusión.
 - Por último, el moderador resume las opiniones y cierra el debate.
- 5 Los participantes, cuando tengan uso de la palabra, deberán tener en cuenta las siguientes consideraciones:**
 - Respetar las normas establecidas: duración de las intervenciones, petición de palabra...
 - Mostrar respeto hacia los demás participantes y sus opiniones, sin emplear descalificaciones ni expresiones de descortesía.
 - Usar el lenguaje de modo adecuado, con un léxico preciso, una pronunciación clara y comprensible, y una velocidad y entonación apropiadas al hablar.



1 La exposición y sus tipos

La **exposición** es un tipo de texto cuyo fin es transmitir información de manera objetiva, ordenada y clara.

Son ejemplos de textos expositivos los tratados científicos, los libros de texto, la explicación oral que hace un profesor en clase o las conferencias.

2 Características de la exposición

En la exposición intervienen un emisor y un receptor (individual o colectivo). Si el emisor quiere que la información se transmita de forma efectiva, ha de tener en cuenta los siguientes factores:

- **Claridad.** El emisor debe **adecuar el contenido del tema y el lenguaje** que usa a los conocimientos del receptor para que este le entienda.
- **Objetividad.** Lo más importante es el tema que se está tratando, por eso, la exposición debe incluir **información verdadera**, con **datos** y **fuentes fiables** y no incluir las opiniones del emisor.
- **Orden.** Los contenidos de la exposición deben estar **correctamente organizados y ordenados** para que el receptor no se pierda en la explicación.

3 Estructura de los textos expositivos

Los textos expositivos pretenden transmitir la información con la mayor coherencia posible. Presentan una estructura en la que se distinguen tres partes:

- **Introducción.** Se presenta el tema que se va a tratar.
- **Desarrollo.** Se exponen y desarrollan los contenidos e ideas.
- **Conclusión.** Se resumen los principales aspectos tratados.

4 Lenguaje de los textos expositivos

- Empleo de **léxico preciso**. Para evitar ambigüedades, se usan **palabras** con un solo significado y **tecnicismos**.
- **Uso de ejemplos** para apoyar y clarificar la explicación del tema.
- **Empleo de conectores**. Señalan el orden de los enunciados y la relación que mantienen entre sí. Estos son algunos ejemplos:

CONECTORES	EJEMPLOS
De orden	<i>Primero; segundo; por un lado..., por otro...</i>
De ejemplo	<i>Así; por ejemplo; en particular...</i>
Explicativos	<i>Es decir; o sea; esto es...</i>
Causales	<i>Dado que; puesto que; ya que; por lo tanto; en consecuencia...</i>

Escucha el texto y contesta.



- ¿Qué significa Tokio en japonés? ¿Qué ocurrirá en 2020?
- ¿Cómo era la ciudad de Tokio antes de tener tanta población? ¿Qué pasó después?
- ¿Por qué usan tanto el transporte público?
- Los textos expositivos transmiten información. ¿Cuáles son los atractivos que puedes encontrar en esta ciudad?

SABER MÁS

La imagen en los textos expositivos

Muchos textos expositivos cuentan con imágenes (fotografía, ilustraciones, gráficos, mapas...) que complementan y facilitan la comprensión de la información, por lo que es frecuente su presencia en enciclopedias, revistas científicas, libros de texto o manuales.



Un gráfico es la representación de datos por medio de un dibujo esquemático que refleja la relación que existe entre esos datos.

5 Tipos de textos expositivos

El emisor del texto expositivo ha de poseer los conocimientos necesarios sobre el tema que va a tratar. El receptor, sin embargo, puede estar familiarizado con el tema o desconocerlo por completo. En función de esto, los textos expositivos se pueden dividir en dos tipos:

- Las **exposiciones divulgativas** se dirigen a receptores sin conocimientos específicos sobre la materia tratada.

En la Edad Media las gentes se reunían en las plazas para escuchar de los juglares unos cuantos poemas y algunas composiciones sobre héroes de la comunidad. Ciertos pasajes interesaban tanto al público por su fuerza dramática, su musicalidad o su belleza que niños y mayores los aprendían y recitaban, a veces desgajados de la obra original.

Antología literaria, 2.º ciclo, Santillana

- Las **exposiciones especializadas** se dirigen a receptores que sí poseen esos conocimientos.

Un generador de corriente alterna también puede servir como motor eléctrico, es decir, como un convertidor de energía eléctrica en energía mecánica. Para ello basta conectar las escobillas del alternador a otro generador de corriente alterna.

Física, 2.º Bachillerato, Santillana

ACTIVIDADES

- 1 Lee el siguiente texto y contesta.

Google Glass, el «médico en casa»

Las Google Glass podrían tener una función social muy importante. Un reciente estudio de la *American Chemical Society* sentencia que estas peculiares gafas podrían salvar vidas, sobre todo en ubicaciones aisladas de los núcleos urbanos.

La forma en la que Google Glass ayudaría a salvar vidas se basa en una aplicación muy sencilla que funciona bajo el sistema operativo Android. Primero, la *app* realizaría una fotografía de una hoja de análisis de sangre u orina y, posteriormente, enviaría la imagen junto a su código QR (código de respuesta rápida) a una serie de ordenadores. Después, estos analizarían rápidamente los resultados y alcanzarían un diagnóstico fiable para el paciente, eliminando el paso intermedio de pedir cita con el médico para determinar si hay algo destacable en nuestros análisis. En las pruebas realizadas, los resultados estuvieron disponibles en tan solo ocho segundos. Toda esta información recabada en todo el mundo podría ayudar a rastrear la propagación de enfermedades, evitando así la pérdida de vidas gracias a la detección previa de posibles amenazas de salud pública.

muyinteresante.es (Adaptación)

- ¿Por qué este texto reúne las tres características básicas de las exposiciones?
- ¿Crees que se trata de una exposición divulgativa o especializada?
- ▶ Señala las tres partes (introducción, desarrollo y conclusión) en que se divide.
- ▶ Indica todos los conectores discursivos del texto. ¿De qué tipo es cada uno?
- ▶ ¿Qué otros rasgos propios del lenguaje expositivo hay en el texto? ¿Hay algún tecnicismo?



- 2 Escribe un breve texto expositivo en el que expliques el funcionamiento y la utilidad de un teléfono móvil. Ten en cuenta lo siguiente:

- Estructura adecuadamente tu texto.
- Utiliza un léxico preciso y pon ejemplos.

Las formas de organización de los textos expositivos

Esquemas expositivos

El objetivo fundamental de toda exposición es que el destinatario comprenda la información que se le proporciona. Para organizar esta información en el texto, el emisor utiliza distintos esquemas expositivos, entre los que destacan los siguientes:

- La **enumeración**. Se usa para presentar un conjunto de conceptos relacionados entre sí por la existencia de algún rasgo común.
- La **descripción**. Es frecuente que en la exposición aparezcan descripciones técnicas de los objetos, procesos o fenómenos que se explican.
- La **comparación**. Con ella el emisor explica un fenómeno o realidad a partir de las semejanzas o diferencias que presenta respecto a otro.
- La **secuencia cronológica**. Es adecuada cuando se exponen hechos o procesos que se desarrollan en el tiempo.
- La ordenación de **causa-consecuencia**. Es un tipo de ordenación del texto en la que se analizan las causas de un hecho y se explican sus consecuencias.

- El esquema de **pregunta-respuesta**. En este esquema estructural el emisor plantea determinadas preguntas y ofrece a continuación las posibles respuestas.

Recursos de la exposición

La exposición puede incluir recursos de distinta naturaleza como los siguientes:

- La **definición**. En los textos expositivos es frecuente definir los términos que ofrecen alguna dificultad o se supone que son desconocidos para el receptor (como, por ejemplo, los tecnicismos).
- La **ejemplificación**. Es habitual encontrar en los textos expositivos ejemplos de casos concretos que sirven para ilustrar y aclarar las ideas expuestas.
- La **argumentación**. A veces, en la exposición se introducen algunas secuencias argumentativas con el fin de defender aquellas ideas que no son del todo evidentes.
- El **resumen**. Es frecuente que los textos expositivos incluyan resúmenes que sintetizan la información de las partes más complejas o extensas del texto.

Del Big Bang a la actualidad en un año

Se suele utilizar la analogía con un año para comprender las escalas de tiempo en la historia del Universo.



Así, si se considera que el origen del Universo se produjo un 1 de enero, el sistema solar no apareció hasta el 9 de septiembre. El 14 de septiembre se formó la Tierra.

Muy pronto, el 30 de septiembre, comenzó la formación de los primeros seres vivos. Pero, hasta mucho después, no aparecieron grupos de seres complejos: el 17 de diciembre aparecerían los trilobites y los peces; el 22, los anfibios; el 23, los reptiles, y el día 30, los mamíferos. El ser humano apareció sobre la Tierra, en esta escala, a las 10 de la noche del 31 de diciembre.

Toda la historia documentada de la humanidad ocuparía solo los 20 últimos segundos del año. Los últimos 5 corresponderían al tiempo que ha pasado desde la Grecia clásica hasta la actualidad.

La enciclopedia del estudiante
Editorial Santillana

- 1 Indica en qué esquema expositivo se basa este texto. Ten en cuenta que en un texto expositivo pueden estar presentes varios esquemas.
- 2 ¿Adviertes en este texto el empleo de alguno de los recursos de la exposición mencionados arriba? ¿De qué recurso se trata?

Hacer una exposición oral

La adecuación al receptor

Toda exposición de carácter divulgativo debe adaptar su tono (más o menos especializado) al tipo de receptor al que se dirige. Así, si la exposición se dirige a un público poco especializado, será conveniente explicar todos aquellos tecnicismos que presenten alguna dificultad de comprensión.



La exposición tiene como objetivo proporcionar información detallada sobre algún tema. Si la exposición es oral, se emplean ciertas técnicas para asegurar que la información se transmite al auditorio de manera eficaz. Vamos a hacer una exposición oral en clase.

- 1 Elige un tema que sea sugerente y atractivo. Piensa en algo que te interese especialmente y fórmalo con precisión: un animal que te fascine, un país que te atraiga, un descubrimiento histórico...

La ballena azul

Australia

La invención de...

- 2 Documentate bien sobre el tema. Si consultas Internet, asegúrate de que las páginas web de donde extraes la información son fiables.

- 3 Elabora un guion detallado con la información recabada, con el que harás tu exposición oral. Este guion debe presentar una estructura clara en la que se distribuya la información.

La ballena azul

1. Las ballenas: definición y tipos
2. La ballena azul
 - 2.1. Tamaño
 - 2.2. Alimentación y costumbres
 - 2.3. Hábitat
3. Presente de la ballena azul: un animal en riesgo de extinción

- 4 Haz la exposición oral en clase ante tus compañeros. Es importante que cuides tanto la lengua hablada como los elementos no verbales.

- Controla la pronunciación, el volumen y la velocidad a la que hablas: es importante que se te oiga y entienda bien. Vocaliza adecuadamente e intenta dar variedad a tu entonación para evitar la monotonía.
- Intenta no quedarte rígido y muévete de forma natural. Puedes ayudarte de las manos para dar énfasis a tu discurso.
- Mira a tu público –no al suelo ni a tus anotaciones– y procura no fijar la vista en un punto o en una sola persona.

- 5 Intenta captar desde el principio la atención de los oyentes. Puedes presentar para ello alguna información curiosa o atractiva.

¿Sabíais que la ballena azul es el animal más grande que ha vivido en la Tierra? Su tamaño es mayor que el de un dinosaurio grande.

- 6 Utiliza materiales gráficos de apoyo: fotografías, ilustraciones, esquemas... Si lo deseas, puedes presentar el material a tus compañeros en un soporte informático o sobre papel.

1 La argumentación

La **argumentación** es un tipo de texto que tiene como finalidad defender una idea o una opinión aportando razones.

El objetivo del texto argumentativo es, pues, **comunicar** y **convencer** de algo a los demás. Son textos argumentativos, por ejemplo, un editorial periodístico, un discurso político o un anuncio publicitario.

2 Elementos de la argumentación

En toda argumentación se distinguen tres elementos:

- El **tema** u objeto sobre el que se argumenta.
- La **opinión** o tesis que sostiene el emisor sobre el tema tratado.
- Los **argumentos** o razones que aporta el emisor para defender la tesis.

En un texto argumentativo se pueden emplear dos tipos de argumentos:

- **Argumentos racionales.** Basados en el razonamiento y la lógica, pretenden **analizar y valorar los hechos con objetividad**.
- **Argumentos afectivos.** Basados en las emociones y en los sentimientos, pretenden **persuadir al receptor por medios no racionales**.

3 Estructura de los textos argumentativos

Los textos argumentativos se estructuran, normalmente, en tres partes:

- **Introducción.** Se plantea el tema sobre el que tratará la argumentación.
- **Argumentación.** Se exponen las razones por las que se adopta una determinada postura y se explicita la **opinión** sobre el tema.
- **Conclusión.** Se hace un resumen de los principales argumentos y se reafirma la postura adoptada.

4 Lenguaje de los textos argumentativos

Los recursos más habituales en el lenguaje de los textos argumentativos son los siguientes:

- **Implicación del emisor.** El emisor utiliza un **lenguaje valorativo**. Suele emplear la primera persona del singular para mostrar su opinión.
- **Apelación al receptor.** El emisor pretende igualmente persuadir y convencer al receptor; para ello se emplea la **segunda persona del singular**.
- **Uso de marcadores y conectores.** Se utilizan para establecer relaciones entre los distintos argumentos que se dan: *porque, por tanto, aun así...*
- **Referencia a citas.** Se mencionan las ideas y opiniones de otro autor, normalmente alguien experto, para dar mayor validez al argumento.
- **Uso de ejemplos y comparaciones.** Se establecen relaciones entre lo que se quiere demostrar y otros hechos ya demostrados.

Escucha el texto y contesta.



- Según lo escuchado, ¿qué aspectos positivos ha tenido Internet en la cultura? ¿Y negativos?
- ¿Por qué crees que se compara la creación de Internet con la invención de la imprenta? ¿Es comparable?
- ¿Con qué conclusión podrías resumir la argumentación de los tres interlocutores?



Cuando damos explicaciones a favor o en contra de algo estamos argumentando, algo que hacemos cada día en nuestras conversaciones cotidianas.

SABER MÁS

Argumentos falsos

Ciertos argumentos se apoyan en valores, creencias o ideas sin base demostrable. Estos valores reciben el nombre de **tópico**.

El uso de estos tópicos suele hacer que la argumentación sea falsa y además pueden resultar ofensivos.

5 Tipos de textos argumentativos

La argumentación es una forma del discurso que se emplea con frecuencia en la vida diaria para expresar opiniones oralmente; pero también se utiliza en textos escritos. Los textos argumentativos escritos se clasifican básicamente en tres grupos: administrativos, periodísticos y humanísticos.

TEXTOS ARGUMENTATIVOS ESCRITOS				
Administrativos	Periodísticos		Humanísticos	
Se emplean para solicitar algún servicio a la Administración o para hacer alguna reclamación.	Artículo de opinión. Recoge la opinión de alguna persona de prestigio.	Carta al director. Recoge el punto de vista de los lectores.	Ensayo. Presenta las ideas de un autor sobre un tema de un modo argumentado.	Texto publicitario. Intenta convencer al destinatario para fomentar el consumo de un producto.

ACTIVIDADES

- 1 Lee los siguientes textos y contesta las preguntas.

Recetas Milka

Una sensación única en la boca, una tierna tentación, una caricia para los sentidos... Aquí encontrarás las recetas de chocolate Milka que te harán fundirte en su cremosidad.

www.milka.es

El exceso de azúcar

El exceso de azúcar puede acarrear consecuencias de importancia. La siguiente lista incluye algunos de los efectos metabólicos del azúcar recogidos de revistas médicas y otras publicaciones científicas.

1. El azúcar puede inhibir el sistema inmunológico y debilitar las defensas contra las enfermedades infecciosas.
2. Puede provocar una subida rápida de adrenalina, hiperactividad, ansiedad, dificultad para concentrarse e irritabilidad.
3. Puede provocar caries, gingivitis y que la saliva se vuelva ácida.
4. Contribuye a la obesidad.
5. Puede provocar dolores de cabeza, incluyendo migrañas.



Ayuntamiento de Villalcántara

Don Manuel Valín, con domicilio en calle Alberti, 5. 1.º B, Villalcántara.

EXPONE: Que ante la falta de información sobre el programa de festejos de este año y en vista de la proximidad de las fiestas,

SOLICITA: Que se distribuya lo antes posible el programa de este año para poder conocer los eventos que tendrán lugar y dónde se celebrarán.

Alumbrado y seguridad vial

Estos días pasados he leído en su diario que Fomento ha reducido el alumbrado en las autopistas un 25% desde el año 2010. Argumenta que no es necesario y que además actúa según lo establecido en no sé qué «acuerdo» de eficiencia energética.

Yo entiendo que efectivamente apagando bombillas se ahorra energía, pero el tema es que también se han «apagado» miles de kilómetros de señalización horizontal. Yo siempre entendí que cuando la señalización vertical no existe hay que fijarse en la horizontal, y cuando esta no se ve, ¿qué hacemos?

Ahorrar en bombillas y además no mantener las vías es una pésima combinación para la seguridad vial.

El País (Adaptación)

- ¿Qué tipo de texto argumentativo es cada uno de los anteriores?
- ¿Cuál de los textos emplea argumentos racionales y cuál argumentos afectivos? Señala esos argumentos.
- ▶ Localiza algún recurso del lenguaje argumentativo en el texto *Recetas Milka*.
- ▶ Señala las partes de la estructura del texto *Alumbrado y seguridad vial*.

La argumentación en la literatura

En los textos literarios pueden aparecer **pasajes argumentativos**. Estos pasajes parten a veces de la voz del autor o narrador, cuando este quiere convencer al lector de algo; pero más a menudo se hallan en el discurso de los personajes, en situaciones en las que desean persuadir a otros personajes para que asuman ciertas ideas o realicen determinados actos.

La seducción amorosa

Un modelo clásico de discurso argumentativo en literatura se da en las situaciones de **seducción amorosa**. Si un personaje desea conquistar a otro, empleará recursos argumentativos mediante los cuales intentará captar su voluntad amorosa. Un ejemplo clásico es el personaje de don Juan, que seduce a diversas mujeres mediante argucias y engaños, que no por falsos dejan de estar bien argumentados.

La manipulación

Otro tipo frecuente de pasaje argumentativo literario se asocia con la **tergiversación y manipulación de la realidad**. Son muy conocidas, por ejemplo, las artimañas que la protagonista de la *Celestina* usa para convencer a la joven Melibea de que acepte la solicitud amorosa

de Calisto, quien ha pagado a la anciana con el fin de conseguir este objetivo. En el siguiente fragmento, la alcahueta pondera ante Melibea las supuestas virtudes de Calisto por medio de persuasivas comparaciones.

CELESTINA. Si bien le conocieses, no le juzgases por el que has dicho y mostrado con tu ira. En Dios y en mi alma, no tiene hiel; gracias, dos mil; en franqueza, Alejandro [Magno] [...]. Fuerza y esfuerzo no tuvo Hércules tanta. La presencia y facciones, disposición, desenvoltura, otra lengua había menester para las contar. Todo junto semeja ángel del cielo. Por fe tengo que no era tan hermoso aquel gentil Narciso que se enamoró de su propia figura cuando se vio en las aguas de la fuente.



Don Juan y Carlota

CARLOTA. Mirad, señor, no hay ningún placer en dejarse engañar. Soy una pobre aldeana, pero tengo en mucho mi honra, y antes preferiría verme muerta que deshonrada.

DON JUAN. ¿Tan perversa habría de ser mi alma como para engañar a una persona como vos? ¿Sería tan cobarde como para deshonraros? No, no, tengo demasiada conciencia para hacerlo. Os amo, Carlota, para bien y con honor; y, para mostraros que os digo la verdad, sabed que mi designio no es otro que casarme con vos: ¿queréis prueba mayor? Heme aquí dispuesto cuando queráis; y a este hombre pongo por testigo de la palabra que os doy.

SGANARELLE. No, no, no temáis, se casará con vos.

DON JUAN. Ay, Carlota, veo que todavía no me conocéis. [...] Además, vuestra belleza es vuestro mejor seguro. Cuando una está hecha como vos, debe quedar a salvo de todas esas clases de temores; no parecéis persona a la que se engañe, creedme; y, por mi parte, confieso que me apuñalaría mil veces el corazón si hubiera tenido el menor pensamiento de traicionaros.

CARLOTA. ¡Ay, Dios mío! No sé si decís la verdad o no, pero conseguís que os crea.

MOLIÈRE, *Don Juan*

1 ¿Qué tipo de argumentos emplea don Juan: racionales o afectivos?

► Localiza en el texto dos recursos propios del lenguaje de la argumentación y explícalos.

Escribir un texto argumentativo



Los contraargumentos

Un contraargumento es un argumento que se emplea para oponerse a uno anterior.

El uso de contraargumentos que rechacen total o parcialmente opiniones diferentes u opuestas a las que se defienden no solo proporcionará variedad estilística y de contenido a una argumentación, sino que –bien empleados– pueden incluso reforzar argumentos.

El texto argumentativo tiene la finalidad de defender una idea o postura concreta sobre un tema. Para ello, el texto da razones que apoyen esa idea, de modo que se pueda convencer a los demás para que la den por buena. Vamos a escribir un texto argumentativo.

- 1 Consulta un periódico, elige una noticia o un reportaje sobre un tema que te interese y sigue estos pasos:

- Extrae la información esencial.
- Documentate mediante otros medios de comunicación diferentes.
- Contrasta toda la información que hayas obtenido.

La bicicleta como medio de transporte urbano.

- 2 Adopta una postura sobre ese tema y enuncia la tesis que vas a defender.

El uso de la bicicleta mejora la calidad de vida.

- 3 Piensa y elabora argumentos de diverso tipo: lógicos, afectivos, basados en tópicos...

La bicicleta emplea energía muscular en vez de combustible fósil, por lo que no emite partículas contaminantes a la atmósfera.

- 4 Traza un esquema con la estructura de tu argumentación.

- Primero introduce el tema.
- Después, expón el hecho o situación sobre la que vas a argumentar.
- A continuación, formula la tesis.
- Posteriormente, desarrolla los argumentos que fundamentan la postura que has adoptado.
- Por último, incluye una conclusión que reafirme la tesis y resuma los argumentos más importantes.

- 5 Redacta tu texto argumentativo.

- Introduce las razones mediante conectores causales: *porque, puesto que, dado que, debido a que, por eso...*
- Busca ejemplos, analogías y comparaciones y emplea marcadores de ejemplificación: *así, como, por ejemplo, es el caso de...*
- Implicate como emisor: emplea la primera persona del singular, utiliza un lenguaje valorativo y connotativo.
- Apela al receptor: intenta conmover y convencer al destinatario mediante preguntas, exhortaciones, empleo de la segunda persona...

- 6 Revisa la coherencia de tus argumentos, y repasa la ortografía y la puntuación del texto.

1 Los medios de comunicación en nuestra sociedad

Uno de los rasgos que caracteriza a nuestra sociedad es la presencia de los medios de comunicación en, prácticamente, todos los ámbitos de la vida.

Los **medios de comunicación** son sistemas o vías a través de las cuales se transmite información de modo que pueda llegar a un público amplio.

Los medios de comunicación son la **prensa**, la **radio**, la **televisión** e **Internet**.

MEDIOS DE COMUNICACIÓN	
Prensa	Utiliza un código de comunicación que se basa en la palabra escrita , la imagen fija y los elementos de diseño .
Radio	Produce mensajes sonoros a través del lenguaje oral , la música y los efectos de sonido .
Televisión	Emplea el lenguaje oral , la imagen en movimiento , la música y los efectos de imagen y sonido .
Internet	Utiliza un lenguaje multimedia que integra todo tipo de signos: imágenes fijas y en movimiento , sonido , lenguaje oral y escrito... , ya que puede contener cualquiera de los otros tres tipos de medios de comunicación.

2 El periodismo y sus funciones

El **periodismo** es la recopilación y el tratamiento de la información realizado por profesionales de la comunicación.

Las funciones del periodismo son **informar**, **opinar** y **entretener**.

- **Informar** de manera objetiva y veraz es la función principal del periodismo. La información que se difunde es muy diversa. Las noticias se suelen clasificar dependiendo de su localización geográfica.
- El periodismo además **opina** sobre la actualidad, y contribuye así a **formar la opinión** del público. El periodismo reflexiona e interpreta los hechos sobre los que informa. Presenta rasgos del lenguaje subjetivo, cargado de adjetivos que denotan sentimientos y opiniones.
- El periodismo también es una alternativa de ocio, por lo que ofrece al público **entretención** a partir de contenidos variados.

3 Elementos de la comunicación de los medios

Los medios cumplen el esquema general de la comunicación:

- El **emisor** es un medio de comunicación concreto.
- El emisor elabora el **mensaje**: una noticia, una crónica, un programa...
- Ese mensaje se difunde a través de un **canal**: el periódico, la televisión...
- El emisor debe adaptar su **código** al tipo de noticia de que se trate.
- El mensaje llega hasta los **receptores**, que son los lectores del periódico, los oyentes de la radio, los telespectadores o los internautas.

Escucha el texto y contesta.



- El texto trata sobre la radio. ¿Cómo cuentan que comenzó? ¿Cómo se emitían los contenidos?
- ¿Qué relación hay entre la televisión y la radio?
- Explica las diferencias y similitudes que hay entre los medios de comunicación actuales y los de antes.

SABER MÁS

El cuarto poder

La influencia que ejercen los medios es enorme; no en vano se denomina a la prensa el cuarto poder.

Los medios no solo influyen en la política: también aportan modelos culturales, promueven determinados valores, difunden prejuicios y estereotipos, establecen modas o guían las opiniones y las voluntades.



4 Los medios de comunicación y el lenguaje

Los medios, debido a su gran repercusión social, son responsables de ciertos fenómenos lingüísticos que se extienden con rapidez entre los hablantes y ejercen una gran **influencia en el ámbito del lenguaje**, tanto en el oral como en el escrito.

Un ejemplo de esa influencia es la normalización de ciertos **extranjerismos** a la lengua propia.

Aunque en los medios de comunicación habitualmente se procura adoptar un **registro formal y normativo de la lengua**, en muchas ocasiones se producen incorrecciones e inadecuaciones lingüísticas. El receptor debe, por tanto, analizar atentamente el uso del lenguaje que pueden hacer algunos medios de comunicación.

Por otro lado, Internet, y las múltiples formas de comunicación que ofrece, ha influido notablemente en la transformación del lenguaje actual.

ACTIVIDADES

- 1 Explica qué elementos forman los respectivos códigos de la prensa, la radio, la televisión e Internet.
- 2 Lee los siguientes textos periodísticos y explica razonadamente cuál es la función predominante en cada uno.

Fútbol en el televisor

¿Por qué invertimos cientos, quizá miles de horas, a lo largo de la vida, mirando pasivamente el juego de otros? [...] Las teorías abundan y son poco convincentes, y quizá el fenómeno masivo de contemplar el fútbol en la televisión no sea más que una forma divertida de perder el tiempo, porque, como sabe cualquier persona sensata, perdiendo el tiempo se gana mucho: se tienen ideas, se fomentan las relaciones personales, se mira el futuro con tranquilidad y desparpajo.

JORDI SOLER, *El País Semanal*, 6-07-2014

Una intensa granizada cubre la zona norte de Madrid y complica el tráfico

Una fuerte granizada ha caído a primera hora de esta tarde en Madrid, lo que ha obligado a interrumpir temporalmente la circulación en varias carreteras. La tormenta ha provocado también retenciones en la M-40 y en la M-11, sin que de momento se conozcan daños personales. Cuatro vuelos que iban a aterrizar en el aeropuerto Adolfo Suárez-Madrid Barajas han tenido que ser desviados hasta los aeropuertos de Alicante, Valencia y Valladolid.


F. JAVIER BARROSO, *elpais.com*, 3-07-2014



Cantabria, sobre las olas

Si uno deja para otro momento todo lo que Santander tiene para ofrecer, puede ser una buena idea coger una pequeña barca y cruzar la bahía hasta Somo. Somo es uno de los puntos más importantes en España para practicar el «arte de deslizarse sobre las olas», como llamaban al surf en Hawai. A Santander llegó en los sesenta de la mano de pioneros que venían de Francia.

ÁLVARO A. RICCIARDELLI, *elpais.com*, 12-08-2009

- Localiza en el texto en que predomina la opinión algún ejemplo o rasgo propio del lenguaje subjetivo.
- 3 **PARA PENSAR.** ¿En qué medio de comunicación crees que el entretenimiento tiene un peso mayor al de la información y la opinión? ¿Por qué?
 - 4 Precisa con detalle el canal que emplea cada uno de los cuatro medios de comunicación. Después señala cuál es el medio más antiguo y cuál el más reciente.
 - 5 Escribe un texto sobre tu relación con los medios:  cuál utilizas más, qué influencia tiene en tu vida, qué impacto tienen los medios en la sociedad...

Medios audiovisuales de comunicación

La radio

La radio es un medio de comunicación de masas que ofrece una representación del mundo a través de impresiones acústicas. El mensaje radiofónico se transmite exclusivamente por el canal sonoro.

El lenguaje radiofónico elabora los mensajes con cuatro elementos esenciales:

- El **lenguaje verbal**. Va unido normalmente a la voz del locutor, que debe expresarse con un lenguaje correcto, claro y sencillo. El estilo oscila entre el nivel coloquial y el culto, y tiene por objetivo captar el interés del oyente.
- La **música**. Se combina con otros elementos sonoros para servir de fondo al lenguaje verbal, marcar el comienzo y el final de una sección o señalar la transición de un programa a otro.
- Los **efectos especiales**. Son secuencias sonoras breves que complementan la palabra y la música.
- El **silencio**. Constituye el contrapunto que refuerza el significado de las partes sonoras del mensaje.

La televisión

La televisión utiliza como forma esencial de expresión un código mixto constituido por el sonido (lengua oral, música, efectos especiales...) y las imágenes en movimiento.

Los principales rasgos del mensaje televisivo son los siguientes:

- Está **fragmentado**. El mensaje de la televisión es un continuo flujo audiovisual formado por los distintos programas.
- Es **espectacular**. El espectáculo se incorpora tanto a los programas de entretenimiento como a los informativos.
- Tiende a **banalizar** los contenidos. A veces reduce la realidad a aspectos superficiales y recurre a estereotipos.
- Apela a las **emociones**. Lo intuitivo y emocional predomina sobre lo racional.



Redes sociales y televisión

Las redes sociales y la televisión son cada vez mejores amigos. No es ninguna novedad ver cómo desde todo tipo de programas –desde informativos hasta *reality shows*– se promueve la participación de la audiencia en las redes sociales, consiguiendo en ocasiones incluir los comentarios sobre un programa entre los temas más comentados en Twitter. Los expertos llevan ya tiempo fomentando esta sinergia sin saber cuál de los dos factores tiene más influencia sobre el otro. ¿Un aumento de audiencia genera más co-

mentarios en las redes sociales o es precisamente la actividad en estas la que hace que aumente el número de espectadores?

La respuesta es que ambos factores influyen. Después de años de muchas especulaciones y pocas evidencias, la consultora Nielsen ha publicado el primer estudio con datos al respecto que confirman lo que los expertos auguraban: la actividad en las redes sociales y los niveles de audiencia están estrechamente conectados.

POL PAREJA, *elpais.com*

1 ¿Qué tipo de programas crees que tienen una relación más estrecha con las redes sociales: informativos, documentales, *reality shows*, series...? Justifica tu respuesta.

► Escribe un texto breve en el que expliques si alguna vez has empleado las redes sociales para comentar algo de un programa de televisión durante su emisión.

2 **PARA PENSAR.** Escucha una retransmisión deportiva en la radio y mira una retransmisión del mismo deporte en televisión. ¿Qué semejanzas y diferencias encuentras en el lenguaje oral? ¿Cuál crees que es el motivo de esas diferencias?

3 Comenta qué función desempeña el lenguaje escrito en la programación televisiva.



Redactar una noticia



Para informarnos de lo que ocurre en la actualidad, recurrimos a los medios de comunicación, que son los que investigan, escriben y publican las noticias. En dichas noticias se incluyen datos básicos sobre un hecho de interés general. Vamos a redactar una noticia a partir de otra que conozcas.

- 1 Escucha la sección de noticias de alguna emisora de radio o mira el informativo de alguna cadena de televisión. Selecciona una noticia y asegúrate de que tienes estos datos:

- ¿Qué ha ocurrido?
- ¿Cuándo ha sucedido?
- ¿Dónde ha tenido lugar?
- ¿Cómo ha ocurrido?
- ¿Quiénes son los protagonistas?
- ¿Por qué ha sucedido?

- 2 Elabora los datos y escribe una oración con cada fragmento de información.

¿Qué ha ocurrido? Sanidad ordenó la retirada de varios productos que se vendían en supermercados como suplementos alimenticios porque no había sido probada su eficacia.

¿Dónde ha tenido lugar? En España.

- 3 Redacta tu noticia.

- Hazlo con claridad, enlazando coherentemente unos datos con otros.
- Coloca en primer lugar la información básica y a continuación, en orden decreciente, los detalles menos relevantes.
- Recuerda emplear los conectores textuales.

- 4 Escribe la entradilla de tu noticia. En ella debes incluir un extracto de los datos básicos.

El lunes comenzó la retirada de los suplementos alimenticios tras haber detectado Sanidad la presencia de sustancias no comercializables.

- 5 Escribe el titular. Debe ser atractivo para el lector, breve y suficientemente informativo. Para hacerlo, relee tu entradilla y subraya las tres palabras o expresiones más importantes. Luego, escribe un titular para tu noticia que las incluya.

Palabras: suplementos alimentarios, retirada, Sanidad.

Titular: Sanidad inicia la retirada de suplementos alimentarios.

- 6 Pasa a limpio lo que has escrito. Escribe el titular con letras más grandes y la entradilla separada del cuerpo de la noticia.

La presentación

Para presentar bien una noticia, se puede emplear un procesador de textos informático que permita seleccionar distintos tipos y tamaños de letra o distribuir el texto en columnas. Además, es importante añadir una buena fotografía que complemente la información. De este modo, con las herramientas básicas, se puede conseguir el diseño de una página similar a la de cualquier periódico digital.

1 El lenguaje y el texto periodístico

El **lenguaje periodístico** es el que se emplea en los medios de comunicación para transmitir o interpretar los hechos de actualidad.

Para conseguir informar y mantener el interés de los lectores, el texto periodístico debe tener estas tres propiedades:

- **Claridad.** Para transmitir una visión clara de los hechos se emplea un lenguaje con **palabras y oraciones sencillas**. Cuando es necesario incluir un tecnicismo o término desconocido suele ir explicado a continuación.
- **Concisión.** El lenguaje periodístico debe ser breve y conciso para que el lector capte la idea de forma inmediata. Es frecuente el empleo de la elipsis, especialmente en los titulares.
- **Atractivo.** El lenguaje periodístico tiene un estilo ágil y dinámico para que el texto resulte ameno al lector y así comprenda fácilmente la información.

2 Los géneros periodísticos

Los géneros periodísticos se clasifican en función de la **intención comunicativa** del emisor. Así, existen tres grandes grupos de géneros periodísticos:

Géneros informativos

En ellos la intención es informar mediante la **exposición objetiva** de los hechos. Los dos principales géneros informativos son la noticia y el reportaje.

- La **noticia** informa de modo sencillo y preciso sobre algún hecho de actualidad. En la estructura de la noticia se pueden distinguir tres partes: el **titular**, que presenta el tema de modo condensado; la **entradilla**, que sintetiza los datos importantes; y el **cuerpo de la noticia**, que amplía la información.
- El **reportaje** es una ampliación de la noticia: además de narrar hechos, se explican detalladamente las circunstancias.

Géneros de opinión

Pretenden influir en la opinión del lector mediante la **argumentación subjetiva**. A este tipo de géneros pertenecen el artículo y el editorial.

- El **artículo** expresa la opinión del autor mediante un estilo libre y personal, cercano al lenguaje literario.
- El **editorial** refleja la línea ideológica y las opiniones del periódico donde se publica. Presenta un estilo impersonal y preciso; además, no va firmado.

Géneros mixtos

Presentan al mismo tiempo rasgos propios de la información y de la opinión.

- La **crónica** informa de los hechos y, además, ofrece las impresiones personales del periodista que la escribe.
- La **crítica** informa y, a la vez, elabora un juicio subjetivo sobre un acontecimiento cultural: concierto, película, obra teatral, libro...

Escucha el texto y contesta.



- ¿Qué era un buen periódico para Arthur Miller? Explícalo.
- ¿Son siempre fiables las informaciones que recibimos a través de los medios? ¿Por qué?
- ¿Cómo son los lectores de las ediciones en Internet?
- ¿Qué relación tiene con sus lectores la revista cooperativa de la que se habla en el audio?

SABER MÁS

Secciones del periódico

El periódico se organiza en **secciones** para que el lector encuentre fácilmente los contenidos que le puedan interesar y se sienta atraído hacia ellos.

Cada sección agrupa los contenidos según el tema de que traten (economía, sociedad, cultura, deportes...) o el ámbito geográfico en que se enmarquen: internacional, nacional, local...



3 La organización y el diseño del periódico

Un periódico contiene una gran cantidad de información. En cada página, la información se organiza también atendiendo a una serie de criterios:

- La **portada**, primera página del periódico, muestra una selección de las noticias más destacadas. Aparecen resumidas y son ampliadas en el interior.
- La **parte superior de las páginas impares** suele recoger los contenidos relevantes, ya que es la zona a la que los lectores prestan mayor atención.
- El **número de columnas** de una información suele tener relación directa con su importancia: a mayor importancia, más columnas.
- Las **imágenes** sirven para proporcionar relevancia: son las noticias más importantes o interesantes las que van acompañadas de material gráfico.
- El **diseño tipográfico**, es decir, el tamaño de letra de un titular, está en relación con la importancia que se quiere dar a la noticia.

ACTIVIDADES

- 1 Señala las partes de la estructura e indica las tres propiedades del texto periodístico en esta noticia:

EL PAÍS, martes 1 de abril de 2014 vida & artes 37

La lucha contra el cambio climático sociedad

Ni el rico ni el pobre se salvan

Los expertos constatan daños en la Gran Barrera de coral y prevén tensión por el agua en EE UU ● La pobreza subirá un 15% en Bangladesh en 2030

JUANA VIUDEZ, Madrid

Nadie se libra y todas las regiones tendrán que convivir con los efectos del cambio climático.

» **África.** Es uno de los continentes más vulnerables porque está muy expuesto al calentamiento y al mismo tiempo tiene una baja capacidad para mitigar sus efectos. Se ha detectado un incremento de la temperatura en los Grandes Lagos y en el lago Tanganica, además de un descenso de su productividad. También se ha constatado un descenso en la densidad de los árboles del oeste del Sahel y en el Marruecos semiárido.

» **Australia y Nueva Zelanda.** Hay cambios en la estructura y composición de especies de corales, tanto en la Gran Barrera de Coral como en el Arrecife de Niagaloo, en Australia Occidental. En Melbourne se prevé que los días con más de 35 grados aumenten entre un 20 y un 40% para 2040.

» **Asia.** Las temperaturas más altas conducen a producciones de arroz más bajas porque los periodos de crecimiento son más cortos. La pobreza rural podría verse agravada por los impactos negativos en la producción de arroz —un 58% de la población vive en el campo— y un aumento general de los precios de los alimentos y del coste de la vida. Indonesia, Filipinas o Tailandia, exportadores de alimentos, se beneficiarán, mientras que Bangladesh experimentará un aumento neto del 15% en su pobreza en 2030. Los niveles de los acuíferos ya han disminuido entre 20 y 50 metros en ciudades como Bangkok o Manila. Esta situación provoca hundimientos de tierra, algo que aumenta el riesgo de inundaciones costeras.

» **Europa.** Se ha constatado un retroceso de los glaciares alpinos, escandinavos e Islandia; una subida en las últimas décadas de las áreas forestales quemadas en Portugal y Grecia; y un movimiento hacia el norte de aves marinas, peces e invertebrados del noreste atlántico.

» **Pequeñas islas.** El aumento del nivel del mar es su principal amenaza. En el último siglo, la erosión crónica ha afectado al 70% de las playas de islas como Maui o Hawai.

» **Regiones polares.** La restricción del acceso a la vegetación, debida a eventos de formación de hielo más frecuentes derivados de la lluvia o efectos más cálidos, puede comprometer la vida de los ungulados, mamíferos que caminan apoyándose en pezuñas, del Ártico. Se ha detectado una alta mortalidad en renos, vacas y bueyes en los últimos años. Se espera un aumento de las oportunidades económicas con el aumento de la navegabilidad en el Océano Ártico.

» **América del Norte.** Las sequías en el norte de México y centro-sur de Estados Unidos, las inundaciones en Canadá y los huracanes demuestran su exposición a fenómenos extremos. Los expertos vaticinan, con un grado de confianza alta, una escorrentía del deshielo en gran parte del oeste de EE UU y Canadá, y un aumento de tensiones con el agua, la agricultura, y los asentamientos en zonas urbanas y rurales. En México, se espera que se reduzcan los tipos de maíz y algunos desaparezcan en 2030.

» **Centroamérica y Sudamérica.** Contracción de los glaciares andinos y aumento de los caudales del Río La Plata, más allá del debido al cambio en el uso de la tierra.

La erosión crónica ha afectado al 70% de las playas de islas como Hawai

- ▶ ¿A qué género pertenece? ¿Y a qué sección?
- ▶ ¿Hay algún término que aparezca aclarado?
- ▶ ¿Qué relevancia crees que tiene la noticia? Justifica tu respuesta según el diseño y organización de la misma.

La prensa digital

Los contenidos de un periódico digital

La prensa digital distribuye sus contenidos en las páginas web. En la **página principal** o **portada** se recoge una selección de las noticias, crónicas y artículos que el periódico considera más importantes. De estas noticias el lector puede leer en la página principal el titular y un breve resumen del contenido; basta pinchar sobre el **enlace** (el propio titular de la noticia) para acceder al contenido completo, que se puede leer en otra página diferente de la portada.

En la portada aparecen también otros elementos, como los enlaces que llevan a las diferentes secciones (política, cultura, ciencia...) o enlaces a través de los que se accede a publicidad.

Un mundo de posibilidades

Las características de Internet ofrecen a los periódicos digitales posibilidades fuera del alcance de las ediciones en papel, como remitir a noticias anteriores que están relacionadas o conocer el impacto de una información en la opinión pública. Internet también propicia una mayor **interactividad** ya que el lector puede, en muchos casos, escribir un comentario para compartir su opinión con otros lectores.

El carácter **multimedia** de Internet acrecienta la importancia de lo visual: en los periódicos digitales la imagen y sus múltiples manifestaciones (fotografías, vídeos, gráficos...) enriquecen y complementan la información verbal.

The screenshot shows the 'TECNOLOGÍA' section of EL PAÍS. The main headline is 'La UE invertirá 2.500 millones en el sector de los macrodatos'. Other articles include 'La banda ancha supera el millón de líneas de fibra óptica', 'El teléfono móvil es el primer dispositivo de acceso a Internet', 'Una nueva era para los robots', and 'Apple patenta una tecnología para interactuar con hologramas'. A central image shows a R2D2 robot in a museum. A sidebar on the right lists 'TEMAS DEL DIA' and 'SUSCRIBETE A EL PAIS' with various category options like INTERNACIONAL, OPINIÓN, ESPAÑA, ECONOMÍA, CIENCIA, etc.

- 1 Explica con ejemplos los distintos elementos que figuran en esta portada.
- 2 **PARA PENSAR.** En esta página aparece un anuncio.
¿Consideras que la publicidad en los periódicos digitales ha evolucionado con respecto a la publicidad tradicional? Reflexiona tu respuesta.
- 3 ¿Por qué crees que los diseñadores de periódicos digitales proporcionan facilidades para que los usuarios difundan noticias por las redes sociales?
▶ Escribe una reflexión personal sobre la influencia de las redes sociales en la divulgación de la información.

Escribir una crónica

Los datos de la crónica

Es conveniente que, mientras tiene lugar el evento o se analiza el producto, se tomen notas de datos específicos, pero también de impresiones o ideas que puedan resultar de utilidad para redactar la crónica.



FICHA

La discreta enamorada

Tipo de evento: comedia teatral.

Título: *La discreta enamorada*.

Autor: Lope de Vega.

Dirección: Teresa González.

Duración: 105 minutos.

Lugar y fecha de representación:

Teatro General, Córdoba. 21 de mayo de 2015. Asistencia: 300 espectadores.

Actores principales: Aurora García y Enrique Pérez.

Las crónicas son textos periodísticos de carácter mixto. En ellas, el autor informa sobre un hecho de actualidad, pero al mismo tiempo lo interpreta y hace un comentario valorativo sobre él. Vamos a escribir una crónica.

1 Decide qué tipo de crónica vas a escribir y selecciona un hecho de actualidad. Puedes elegir entre estos cuatro ámbitos:

- Crónica de espectáculos (una obra de teatro, un concierto...).
- Crónica deportiva (un partido de tenis, de fútbol, de baloncesto...).
- Crónica política (un debate entre candidatos electorales...).
- Crónica sobre el lanzamiento de un producto comercial (un videojuego, un teléfono móvil, una tableta...).

2 Recopila los datos que consideres necesarios para tu crónica y elabora una ficha con esos datos.



Género, título, autor, dirección de escena, duración, lugar y fecha de la representación, asistencia, actores principales...

3 Piensa las opiniones personales que quieres introducir. Por ejemplo, qué te ha gustado más y qué te ha gustado menos, qué resultó diferente a lo que esperabas o qué cambiarías.

4 Redacta tu crónica.

- Inicia la crónica con datos que sirvan de orientación al lector: *Anoche se estrenó la comedia La discreta enamorada...*
- Combina la información objetiva con tus comentarios y tu visión personal: *Desde el primer momento, supimos que aquel montaje iba a ser distinto. Un escenario vacío, con tan solo tres elementos...*
- Procura emplear un registro formal, pero al mismo tiempo fresco y atractivo: *La impactante puesta en escena no dejó a nadie indiferente, estábamos viendo un clásico con personajes actuales...*
- Expón tu opinión empleando un lenguaje valorativo con adjetivos calificativos y recursos expresivos: *La protagonista embelesaba al público; la representación era un festín teatral...*
- Cierra tu crónica con un breve resumen que recoja lo más importante de tu visión personal: *En definitiva, la propuesta de la compañía fue coherente con la obra y el resultado, magnífico.*

5 Incluye en el texto, si es posible, una fotografía o imagen que ilustre tu crónica. Puede ser una fotografía que hayas obtenido tú mismo o que encuentres en una página web o revista.

6 Revisa la crónica, repasa el estilo, la ortografía y la puntuación e incluye los cambios y mejoras que consideres necesarios.

No olvides escribir un título breve y atractivo.

Una *Discreta* magnífica

1 Internet

Internet es un conjunto de redes de comunicación que conecta de forma directa ordenadores y otros dispositivos digitales de todo el mundo.

Permite la transmisión de datos entre dispositivos que puedan interconectarse mediante **procesos especiales de comunicación**: páginas web, servidores de archivos, correo electrónico...

2 Los elementos de la comunicación en Internet

Los elementos de la comunicación en Internet poseen ciertas peculiaridades que lo diferencian del resto de medios de comunicación.

- El **emisor** y el **receptor** pueden intercambiarse los papeles ya que todos los usuarios de Internet pueden ser creadores de mensaje.
- El **canal** es cualquier dispositivo que pueda acceder a Internet.
- En Internet se pueden crear todo tipo de **mensajes**: una obra literaria completa, una noticia, un anuncio, instrucciones...
- El **código** empleado es un lenguaje multimedia que integra texto, imágenes, vídeos, sonidos...

3 El texto en la web. El hipertexto

El texto de los sitios web posee ciertas propiedades que lo distinguen del texto tradicional debido principalmente al soporte en el que se ofrece: la pantalla del dispositivo (ordenador, móvil, tableta...). Este hecho hace que la lectura sea más compleja, ya que tiene un **carácter interactivo**.

Cuando leemos una página web sabemos que no estamos viendo toda la información que se nos ofrece, pues ese mismo texto contiene elementos a partir de los cuales se puede acceder a otra información. Ese tipo de texto en el que se puede interaccionar con la información se denomina **hipertexto**.

4 Características del texto web

La disposición del texto en los sitios web influye en la manera en la que leemos y tiene propiedades que lo diferencian del texto impreso.

- El texto se suele disponer en una columna con distinta longitud por la que nos desplazamos en la pantalla. Esto hace que tenga múltiples «rutas de lectura» y sea **no lineal**.
- Los textos pueden aparecer combinados con imágenes en movimiento, elementos interactivos, sonidos, y acceso a otros textos mediante **hipervínculos**, lo que hace que el lector interaccione y seleccione la información.
- Suelen aparecer otros elementos contiguos al texto: publicidad, enlaces...
- Es muy frecuente que el texto web pueda ser comentado por los lectores, lo que hace que, a veces, los lectores pasen a ser también autores de ese texto.

Escucha el texto y contesta.



- ¿Cuándo surge Internet?
¿Quién lo creó? ¿Para qué fue creado?
- ¿Qué diferencia hay entre Internet y la *world wide web*?
- ¿Por qué afirma el entrevistado que Internet se convirtió en «la gran Biblioteca de Alejandría»?
- ¿Cuál es la principal consecuencia de la existencia de Internet, según el entrevistado?

SABER MÁS



El lenguaje html

El texto al que solemos acceder habitualmente en Internet se elabora mediante un **lenguaje de marcas de hipertexto** conocido como html, por sus siglas en inglés. Este lenguaje informático incorpora marcas o instrucciones para configurar el texto de las páginas web: indica dónde debe ir una negrita o una cursiva, el tamaño que debe tener el texto, cómo debe quedar dispuesto en la página, etc.

5 Modalidades de comunicación en Internet

Existen distintas modalidades de comunicación interpersonal en Internet. Las más habituales son las siguientes:

Correo electrónico

Es la versión electrónica de la carta: ambos tienen características similares. Sin embargo, el correo electrónico cuenta con algunas particularidades.

- Tiene un envío y una recepción inmediatos.
- Permite que un emisor se comunique con varios receptores a la vez.
- Admite el empleo de lenguaje multimedia: vídeos, imágenes, vínculos...

Chat

Se trata de un diálogo entre dos o más personas a través de mensajes de texto. Aunque se usa principalmente la escritura, es más espontáneo y con un grado de planificación menor que otros géneros escritos. Además, utiliza giros y expresiones propios del lenguaje oral.

Redes sociales

Una red social es un medio de comunicación social: se basa en encontrar a personas o grupos de personas para comunicarse. La relación entre las personas que se ponen en contacto puede ser íntima (amigos, familiares...), distante (empresas, desconocidos...) o incluso fingida si al menos uno de los interlocutores adopta un perfil falso.

ACTIVIDADES



- 1 **USA LAS TIC.** Observa atentamente la página web y contesta.
 - ¿De qué tipo de página web se trata? ¿Sobre qué ofrece información?
 - ¿Hay algún elemento que no esté relacionado con el tipo de información que pretende transmitir la página? ¿Cuál?
- 2 Localiza los hipervínculos que llevan a otra información no presente en la página.
 - ▶ Señala los elementos multimedia que integran la página: vídeos, imágenes, sonidos...
- 3 Localiza los elementos que indican que el emisor y el receptor pueden interactuar.
- 4 ¿Se puede compartir o comentar la información de esta página? Justifica tu respuesta.

Los blogs

Un **blog** es una página web personal de sencilla creación, diseñada por uno o varios administradores o propietarios, con textos, imágenes y vídeos de diferente naturaleza, así como enlaces a otras páginas consideradas de interés. En un blog aparecen periódicamente una serie de entradas denominadas **artículos** o **posts**. Estas entradas se disponen en orden cronológico inverso, de modo que la primera entrada que aparece al acceder al blog es la más reciente. Además, las entradas se organizan en **etiquetas**.

Normalmente, un blog permite que los visitantes dejen sus **comentarios** en cada entrada, de manera que se establece así un diálogo entre el administrador y los visitantes.

En ocasiones, los blogs tienen una **temática** determinada, elegida por su propietario, en torno a la cual giran las distintas entradas. Otras veces, los blogs carecen de una temática concreta y se limitan a ser un vehículo de expresión personal de su autor.



Aero-X: la moto aerodeslizadora

Si hubiera llegado solo el vídeo, o solo los diseños, hubiéramos pensado que era fake... Pero no: este trasto llamado **Aero-X**, medio aerodeslizador, medio moto, es un chisme real creado por **Aerofex**. Y parece que funciona.

Entre sus características: es capaz volar hasta a 3 metros de altura, a una velocidad de 70 km/h y con dos personas (que no pesen más de 140 kg juntas). Su autonomía, que no es gran cosa, llega a los 80 minutos, suficientes para darse un rullito por ahí. Y no menos obvio otro detalle: que puede despegar desde la posición de «completamente parado» sin desplazamiento horizontal –como un helicóptero, vamos– lo cual siempre es una ventaja.

Como combustible usa **gasolina normal y corriente**: teniendo en cuenta que ya todos los demás vehículos que estamos viendo surgir para el futuro son eléctricos, parece claro que quedará suficiente **gasofa** en las gasolineras para todos los aficionados a los vehículos de este tipo.

Publicado por **Alby** el 21/May/2014
Categorías: **Tecnología**

El Weblog **microsiervos** | [Ayuda](#) | [Preguntas Frecuentes](#) | [Advertencia](#) | [Aviso Legal](#) | [Contacta](#) | [@microsiervos](#) en Twitter | [Facebook](#) | [Google+](#)
Versiones: [Screen](#) | [Texto](#) | [Email](#) | [RSS](#) | [Google](#)
Publicidad: [Gama](#) | [Sección](#) | [Anunciar](#) | [Preferencias](#)

Copyright © **Microsiervos** — Cada anotación existe como una página individual con un enlace permanente. Si eres tan amable, por favor utiliza este enlace (o dirección web o URL) al hacer mención a estos contenidos. (En portada este enlace está en los títulos de las anotaciones y en el ámbito « junto a la fecha)

1 Localiza en este blog los siguientes elementos:

- Autor de la entrada.
- Etiqueta bajo la que se clasifica la entrada.
- Modo de anunciarse en el blog.
- Archivo de entradas del blog.

2 ¿Qué tipo de lenguaje emplea el autor de esta entrada del blog: formal o informal? Justifica tu respuesta mediante ejemplos y relaciónala con el tono general del texto.

- ▶ Localiza un anglicismo en el texto y explícalo. Después, propón un término español equivalente. ¿Por qué crees que el autor del texto emplea el anglicismo en vez de la voz española? ¿Crees que hay algún matiz semántico que los diferencie? ¿Cuál?

3 **USA LAS TIC.** Este blog facilita el enlace a las cuentas que posee en distintas redes sociales.

Visita un blog que conozcas y averigua si tiene alguna cuenta en una red social. Luego compara ambos y escribe un texto en el que comentes las semejanzas y diferencias de cada formato. ¿Qué ventajas tiene cada uno?


Preparar una entrevista

La información no verbal

En las entrevistas, además de las palabras pronunciadas por el entrevistado, se puede recoger información no verbal. Así, si el interlocutor se muestra nervioso ante una pregunta, reflexiona mucho antes de responder, se ríe o sonríe, el entrevistador puede también plasmar esa información. Normalmente se hace de forma muy escueta y entre paréntesis, como si de una acotación teatral se tratase.



Una entrevista es un diálogo planificado en el que al entrevistado se le formulan preguntas para proporcionar una información al lector basada en sus respuestas. Vamos a preparar una entrevista ficticia a un personaje conocido.

- 1 **TRABAJO COOPERATIVO.** Trabajad por parejas. Elegid un personaje conocido que os resulte interesante: un músico, un deportista, un científico, un artista... Uno de vosotros será el entrevistador y el otro, el personaje.
 - ▶ Después, intercambiad los papeles de forma que cada uno haga de entrevistador y de entrevistado.
- 2 **Piensa qué información quieres obtener del entrevistado.**
 - Determina qué datos sabes de él y cuáles quieres que se destaquen a través de la entrevista.
 - Piensa qué hechos del pasado del personaje pueden aportar información sobre la actividad que lo hace conocido.
 - Infórmate sobre experiencias o proyectos futuros del personaje que puedan ser de interés.
- 3 **Escribe entre diez y quince preguntas para plantear al entrevistado.**
 - Utiliza un tratamiento respetuoso hacia el entrevistado mediante el empleo de la forma *usted*.
 - Evita preguntas que se puedan responder con *sí* o *no*.
- 4 **USA LAS TIC.** Lleva a cabo la entrevista con el compañero que será el personaje entrevistado. Formula las preguntas y toma nota de sus respuestas y sus reacciones. Para hacerlo, puedes grabar la conversación y posteriormente transcribir las respuestas.
 
- 5 **Redacta una entradilla de presentación donde recojas los principales datos biográficos del personaje y el motivo de la entrevista.**
- 6 **Dispón el texto principal de la entrevista.**
 - Alterna en líneas distintas las preguntas y las respuestas.
 - Encabeza cada una de las intervenciones mediante las palabras *pregunta* y *respuesta*. Una vez empleadas, las puedes abreviar como P. y R.
 - También puedes inventar el nombre de un medio de comunicación y emplearlo como encabezado de las preguntas y, en las respuestas, utilizar el nombre del entrevistado.

Pregunta:
Respuesta:

El Independiente:
Pau Gasol:

- 7 **Escribe un titular para la entrevista.** Para ello selecciona una frase del entrevistado que sea breve, interesante y resuma bien el contenido de la entrevista.

1 Funciones de la publicidad

La **publicidad** es la divulgación de anuncios y noticias sobre productos o servicios para atraer a posibles compradores, espectadores o usuarios.

La publicidad tiene una **finalidad persuasiva**: se trata de convencer al receptor para que actúe o piense en cierto sentido. Además, la publicidad posee gran **influencia social**. Por una parte, tiene una amplia presencia en todos los **medios de comunicación**. Por otro lado, en ocasiones, propone **modelos** y pautas de conducta que tienen gran influencia en los valores de la sociedad. Según su finalidad, se pueden distinguir dos tipos de actividad publicitaria:

- **Publicidad comercial.** Está orientada al consumo; se pretende que el receptor adquiera un producto o contrate un servicio.
- **Propaganda.** Tiene como objetivo orientar el comportamiento de los ciudadanos según unas pautas establecidas y generalmente aceptadas.

2 Elementos de la comunicación publicitaria

En la comunicación publicitaria, el **emisor** es quien comercializa el producto o servicio, y normalmente encarga a una agencia publicitaria la elaboración del mensaje. El **mensaje** resultante constituye el anuncio publicitario.

El anuncio se difunde por medio de un **canal** o soporte (prensa, radio...).

El mensaje publicitario utiliza un **código mixto**: se combinan elementos verbales y elementos no verbales con el fin de captar la atención del receptor.

- **Elementos verbales.** Aparte del texto en el que se informa del producto, los anuncios pueden tener un **eslogan**: una frase breve y fácil de recordar que destaca algo del producto. Además, los anuncios impresos suelen ir acompañados de **signos paralingüísticos**: un logotipo, colores, grafías...
- **Elementos no verbales.** Los anuncios también se componen de elementos no verbales como **signos icónicos** (imágenes estáticas o en movimiento, dependiendo del medio de difusión) y **signos sonoros** (música y efectos sonoros en los anuncios de radio y televisión).

Por último, el anuncio llega hasta los **receptores**, que son los consumidores potenciales del producto.

3 Procedimientos de la publicidad

Para satisfacer la intención persuasiva, la publicidad recurre a diversos procedimientos. Los más frecuentes en los anuncios publicitarios son los siguientes:

- Exaltación de los valores del producto.
- Promesa de un «valor añadido» que el receptor obtendrá con el producto.
- Argumentación afectiva que apela a las emociones.
- Apoyo en tópicos y sentimientos básicos en el ser humano.
- Manipulación del código lingüístico.

Escucha el texto y contesta.



- Explica la idea de publicidad que se expone.
- ¿Crees que la publicidad es siempre oportuna? ¿Cuándo puede ser molesta?
- ¿Puede llegar a gustar la publicidad? ¿Recuerdas un anuncio que te gustase?
- ¿Cómo crees que resultaría la publicidad personalizada?

SABER MÁS



Internet: publicidad a la carta

El carácter interactivo de Internet permite a los anunciantes conocer los gustos y necesidades de cada usuario a partir de la información que este consulta en motores de búsqueda o que expone en las redes sociales. De este modo, si un usuario ha mostrado interés, por ejemplo, en comprar un coche, es probable que cuando acceda a algunas páginas web que conocen ese interés aparezcan en ellas anuncios publicitarios relativos a marcas de coches.

4 Lenguaje publicitario

Con el fin de llamar la atención del receptor, seducirlo y convencerlo para que compre el producto, el lenguaje publicitario utiliza todos los procedimientos expresivos a su alcance.

Algunos rasgos característicos del lenguaje publicitario son los siguientes:

- **Ponderación.** La intención de destacar las excelencias del producto lleva al empleo de procedimientos de realce: palabras de significado positivo (*gratis, nuevo, moderno...*), uso frecuente del comparativo de superioridad y del superlativo (*más grande, el mejor...*), hipérboles... Y se evitan los términos cargados de connotaciones negativas (*viejo, muerte...*).
- **Concisión.** Para que el mensaje se transmita de una forma rápida, clara y eficaz, ha de emplearse un estilo condensado en el que se elimina todo lo que no es esencial.
- **Originalidad.** Se acude con frecuencia a recursos expresivos propios del lenguaje literario, como rimas, repeticiones, anáforas, comparaciones, metáforas, antítesis, paradojas o juegos de palabras.
- **Innovación léxica.** Se incorporan extranjerismos, acrónimos, tecnicismos, neologismos...
- **Apelación al receptor.** Se emplea la interrogación, la segunda persona verbal o las formas del imperativo con la intención de acercarse al lector y hacer que se sienta implicado.
- **Capacidad connotativa.** Las palabras se escogen atendiendo a su capacidad de connotar o evocar toda una serie de valores.

ACTIVIDADES

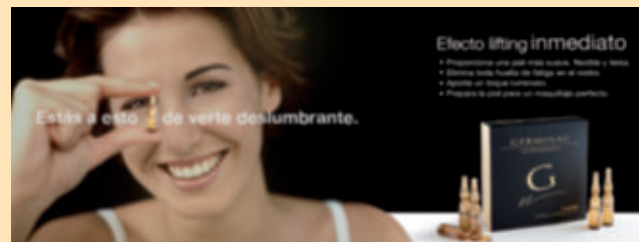
- 1 Explica qué diferencia existe entre publicidad comercial y propaganda a partir de los siguientes textos:

- Combate el encrespamiento para un pelo más suave que la seda (champú Pantene).
- Ciclista, ponte el casco. Da igual la edad que tengas; da igual por dónde circules (Confederación Nacional de Autoescuelas).

- 2 Explica los elementos verbales que aparecen en este anuncio de la página web del producto.



- 3 Comenta detalladamente la relación entre elementos verbales y no verbales en este anuncio:



- 4 Analiza los rasgos peculiares del lenguaje que se emplea en los siguientes eslóganes:

- Clase V. Tan grande como la vida (Mercedes Benz).
- Porque por un poco más tu verano sabe mejor (gazpacho Alvalle).
- No es lo que tengo, es lo que soy (Viceroy).
- Envuélvete en un mundo de naturaleza (gel Palmolive).
- A toda costa (Viajes Barceló).
- Cuida-T (Campofrío).
- Piensa diferente (Apple).
- Compartida, la vida es más (Movistar).

Publicidad y arte

El arte en la publicidad

En el lenguaje no verbal que forma parte de la comunicación publicitaria, los **signos icónicos** (imágenes, elementos de diseño gráfico, etc.) se inspiran en ocasiones en estilos propios de las **artes plásticas** en general y de la **pintura** en particular. A finales del siglo XIX y principios del siglo XX algunos pintores pusieron su talento artístico al servicio de la publicidad, mediante el diseño de carteles publicitarios o incluso propagandísticos.



Cartel publicitario para el teatro de variedades Moulin Rouge, obra del pintor y cartelista francés de finales del siglo XIX Toulouse-Lautrec.



Cartel de propaganda a favor del bando republicano durante la guerra civil española. Su autor es el pintor de vanguardia Joan Miró.



Andy Warhol, máximo exponente del *pop-art*, realizó una serie de pinturas basadas en latas de sopa de la marca Campbells.



- 1 La pintura de la que parte el anuncio de la izquierda se denomina *La lechera* y es del pintor holandés Johannes Vermeer.

Explica qué tipo de relación se establece entre arte y publicidad en este anuncio.

- 2 Las tres imágenes de arriba presentan estilos plásticos muy distintos entre sí.

Describe las características básicas de cada una y comenta qué estilo te resulta más atractivo.

- 3 Busca ejemplos de anuncios en los que se utilice cualquier recurso artístico distinto de la pintura: una música famosa, escenas cinematográficas, obras literarias, fotografía artística...

- 4 Explica cuál es la principal diferencia que hay entre arte y publicidad. Para hacerlo, fijate en la finalidad de cada una de esas disciplinas.

Diseñar un anuncio publicitario

El impacto de la publicidad

La originalidad en publicidad es muy importante: dado que el objetivo es captar la atención del destinatario, un anuncio original, innovador, impactante o ingenioso tiene más posibilidades de cumplir su cometido que uno poco original.



Los anuncios publicitarios cumplen dos funciones: por un lado, informan sobre cómo es un producto o servicio; por otro, intentan convencernos de que lo adquiramos. Vamos a diseñar un anuncio impreso para una publicación periódica.

- 1 Decide cuál es el producto o servicio que vas a anunciar. Puedes elegir un producto o servicio real o inventarte uno.
- 2 Selecciona algunos anuncios impresos en revistas y periódicos que hayan llamado tu atención o te hayan gustado. Analízalos e indica qué elementos tienen en común.
 - ▶ Inspírate en algunos de esos elementos para diseñar tu anuncio.
- 3 Determina los siguientes elementos del producto o servicio para elaborar tu estrategia publicitaria:

Marca comercial	Características
Nombre del producto o servicio	Valores asociados
Información esencial	Público al que se dirige

- 4 Piensa y escribe el eslogan que figurará en el anuncio. Emplea para ello procedimientos y recursos propios del lenguaje publicitario.
 - Exaltación del atractivo del producto o servicio.
 - Argumentación afectiva y mención de valores con los que puedan identificarse los destinatarios.
 - Lenguaje caracterizado por la apelación al receptor, la innovación léxica, la ponderación, la brevedad y la originalidad.
- 5 **USA LAS TIC.** Elige algún programa informático para confeccionar tu anuncio publicitario. Así podrás combinar los elementos gráficos del anuncio (imagen, ilustración...) con los elementos verbales y los signos paralingüísticos (eslogan, tamaño y forma de la letra, logotipo...).
- 6 Elabora la parte gráfica del anuncio. Para ello piensa qué imagen o ilustración quieres que aparezca y búscala en una revista, en Internet, entre tus fotografías o dibújala. Ten en cuenta lo siguiente:
 - Debe ser una imagen impactante que atraiga al público al que se dirige el producto o servicio que quieres anunciar.
 - Debe tener calidad, ser adecuada y cumplir con su finalidad: convencer de la adquisición.
- 7 Incluye el eslogan y el nombre de la marca en el anuncio. Dispón los recursos tipográficos con intención publicitaria. También puedes incluir un logotipo de la marca que hayas elegido (o inventado).
- 8 Revisa tu anuncio. Es muy importante que contenga la información necesaria y que no tenga errores.

1 Las variedades de la lengua

Las **variedades de la lengua** son las distintas formas de usar la lengua que adoptan sus hablantes, de acuerdo con sus características personales y con la situación de comunicación.

Dos de las variedades de la lengua más importantes son las siguientes:

- **Variedades sociales.** Son las formas de la lengua que obedecen a las características del hablante (edad, estudios, profesión...).
- **Variedades de registro.** Son las formas de la lengua que adopta cada hablante según la situación de comunicación, el interlocutor, el contexto...

2 Variedades sociales

Las jergas

Las **jergas** son formas de la lengua propias de un determinado grupo social o profesional que tienen un léxico propio o especializado.

Un caso particular es la **jerga juvenil**, que permite a los jóvenes identificarse como grupo. Esta jerga recoge extranjerismos, palabras con sufijos propios, diminutivos y aumentativos, acortamientos, palabras con significado distinto...

El argot

Los **argots** son variedades que emplean grupos marginales y cuya finalidad es ocultar el significado a los que no forman parte del grupo.

Escucha el texto y contesta.



- Escucha el audio, ¿qué palabras son más informales? ¿Consideras que están bien empleadas?
- ¿Qué diferencia hay entre el atletismo y correr?
- Enumera los términos de origen inglés que se escuchan en el audio.
- ¿Qué resulta para los interlocutores imprescindible para ir a correr?

SABER MÁS

El habla coloquial y el habla vulgar

El **habla coloquial** presupone cierta relajación, pero siempre de modo consciente por parte del hablante, que se encuentra en un contexto comunicativo cercano, familiar o amistoso.

El **habla vulgar**, por otro lado, presupone el desconocimiento de la norma por parte del hablante, que incurre en incorrecciones que reflejan un bajo nivel educativo y cultural.

ACTIVIDADES

1 Lee el siguiente texto y contesta.



A pesar de que el bar estaba casi lleno, y por encima del bullicio la gente parecía estar pasándolo bien, Lázaro exteriorizó su descontento con una frase que resumía su estado de ánimo.

–¿Pero qué mal rollo flota esta noche? ¿No lo notáis? Hay una especie de muermo general.

–Imaginaciones tuyas –comentó Mariano.

–Que no, tío, que no. Fíjate bien: mira esos, y aquellos, y los del fondo. ¡Panda caretos tienen!

JORDI SIERRA I FABRA, *Noche de viernes*

- ¿A qué grupo social pertenecen los personajes?
- ¿Qué variedad de la lengua emplean?
- ¿Qué palabras son propias de esa jerga? Cópialas.

2 Consulta en un diccionario o enciclopedia el significado de estos términos e indica en cada caso a qué jergas profesionales crees que pertenecen.

- | | | | |
|-------------|------------|-------------|--------------|
| • apelación | • dueto | • ecografía | • venia |
| • embolia | • élitro | • pavana | • ortóptero |
| • dolaje | • apisonar | • coda | • tomografía |

3 Escribe seis palabras de la jerga juvenil que conozcas.

3 Variedades de registro o estilos

Un mismo hablante emplea distintas variedades de la lengua de manera intencionada. Cuando hablamos, cambiamos nuestra forma de expresarnos dependiendo de la situación de comunicación y el interlocutor al que nos dirigimos.

Cada una de las formas de la lengua que se utilizan en distintas situaciones de comunicación se llaman **registros** o **estilos**.

Los cambios de registro

Un hablante cambia su registro para adaptarse a los siguientes factores:

- **El interlocutor.** El hablante se dirige de distinto modo a alguien de su entorno familiar que a un destinatario desconocido.
- **El tema.** Hablar de un tema cotidiano requiere un registro distinto que hablar sobre un tema científico.
- **El marco.** Si un hablante da una conferencia, su lenguaje es distinto del utilizado en su círculo de amigos.
- **El medio.** El lenguaje escrito requiere por lo general un registro más formal que el lenguaje oral.

Existen dos registros básicos: el registro coloquial y el registro formal.

Registro coloquial

Es el registro empleado en situaciones familiares, en las que el hablante se expresa de manera espontánea, sin cuidar su expresión. Sus principales características son una sintaxis poco cuidada, un uso de muletillas y apelaciones al receptor, una pronunciación descuidada y un léxico poco preciso.

Registro formal

Se emplea en situaciones formales, en las que se planifica el uso de la lengua con la intención de ser preciso. Es común en el diálogo con un interlocutor con autoridad o cuando nos encontramos en una situación de comunicación formal. Sus rasgos son una sintaxis elaborada y respetuosa con las normas gramaticales, un vocabulario amplio, culto y preciso, y una pronunciación esmerada.



Las personas adoptan una forma de hablar diferente si hablan con su pareja, si están con su familia, si presentan una denuncia a la policía o si participan en una entrevista de trabajo.

ACTIVIDADES

- 4 Lee el siguiente texto y di qué variedad de la lengua está presente en él.

Documento de prueba anexo n.º 2 [...]

Yo, Alejandro Vázquez Ríos, presto juramento y digo:

Que nací en Antequera (Málaga) el día 1 de febrero de 1872, que ingresé en el Cuerpo de Policía en abril de 1891 y, como tal, desempeñé mis funciones en Valladolid, siendo ascendido en 1907 y trasladado a Zaragoza, nuevamente ascendido en 1910 y trasladado a Barcelona, donde resido actualmente. Que abandoné el ya citado Cuerpo en 1920 pasando a ocupar un puesto en el departamento comercial de

una empresa del ramo de la alimentación. Que durante el ejercicio de mi cargo de policía tuve ocasión de seguir de cerca los hechos que hoy se conocen como «el caso Savolta».

EDUARDO MENDOZA, *La verdad sobre el caso Savolta*

- 5 Explica qué registro sería apropiado en estas situaciones de comunicación:

- Una declaración en un juicio.
- Un examen oral.
- Una entrevista en televisión.
- Una conversación con tu vecino.



Rasgos lingüísticos de la variedad coloquial

Rasgos sintácticos

Desde el punto de vista sintáctico, el registro coloquial –especialmente el oral– se caracteriza por usar estructuras de **escasa complejidad**: frases cortas, oraciones simples, escasos conectores... La **expresividad** prima sobre el orden sintáctico: *Tu dibujo yo creo que no es muy bueno.*

También es habitual emplear procedimientos lingüísticos que **regulan el desarrollo del diálogo**: *escucha; por otro lado; ¿me entiendes?; ¿quién lo iba a pensar?...*

En esta variedad, el progreso informativo se ve a menudo ralentizado o parado por interrupciones, repeticiones o reelaboraciones de aquello que se ha dicho antes.

Rasgos paralingüísticos

En la pronunciación del registro coloquial se tiende a relajar ciertos sonidos, a alargar las sílabas y a exagerar la pronunciación de algunas consonantes. La entonación es muy expresiva, lo que permite transmitir de modo no verbal actitudes del hablante (duda, sarcasmo, guasa...), y se emplean recursos paralingüísticos (el volumen de la voz, el ritmo o la pausa) para organizar el discurso: enfatizar, marcar transición entre temas, opinar, cerrar la conversación...

Rasgos léxicos

Es habitual emplear un vocabulario escaso, limitado y genérico, con abuso de palabras de significado vago

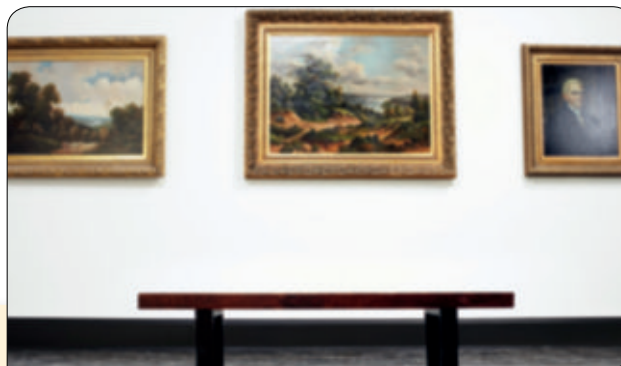
como *cosa, hacer, tema...* Abundan las frases hechas, las interjecciones, los localismos y los morfemas derivativos (aumentativos, diminutivos, despectivos...), que dan intensidad expresiva a la comunicación: *gigantón, requetebién, feúcho...* Por otra parte, los apelativos al interlocutor son frecuentes: *hija mía; Pedrito; chato...*

–Un momento, Ramiro, vamos ver... Antes de entrar en detalles... Supongo que sabrás que robar es un delito, ¿no? Y robar la pieza más valiosa del Museo Regional debe de ser un delito gordísimo. Un delito de primera división. O sea, que bien podríamos ir a la cárcel por ello.

–¡No, mujer! ¡Qué va, qué va...! –replicó Ramiro, muy convencido–. Me he informado. ¿Qué te piensas? En primer lugar, como aún no hemos cumplido los dieciséis, no nos pueden meter en la cárcel. Como mucho, en un centro de menores.

–Ah. Qué bien. Lo que siempre había soñado: pasar los mejores años de mi vida en un reformatorio. Colosal.

FERNANDO LALANA, *La maldición del bronce*



La declaración

Oiga, mire, yo es que prefiero no salir, a ver si me entiende... No es que tenga nada que ocultar, o sea, a ver si usted me entiende, pero luego estas cosas ya se sabe. O sea, que yo le digo lo que sea, pero usted luego coge y quita el nombre. Yo es que soy un hombre honrado, nunca me había visto metido en un asunto semejante. Estoy nervioso. Tengo los nervios hechos polvo con todas las cosas que

han pasado. Cosas horribles todas. La muerte reciente de mi padre, luego esto... Usted quite mi nombre, ¿eh? ¿Me puedo fiar de usted? No me lo tome a mal, no es desconfianza, usted me entiende... Yo soy un hombre honrado y nunca pensé que me iba a ver metido en un asunto criminal, que hasta me han llamado a declarar, una vergüenza.

ROSA MONTERO, *Te trataré como a una reina*

- 1 Comenta mediante ejemplos los rasgos coloquiales sintácticos y paralingüísticos del texto.
- 2 Indica un rasgo paralingüístico recurrente en el texto de Fernando Lalana reproducido en esta página y explica cómo lo pone gráficamente de manifiesto el autor.
- 3 Señala los rasgos léxicos propios de la variedad coloquial en el texto de Lalana.

Escribir un correo electrónico formal



Cualquier texto tiene que adecuarse a su intención comunicativa y a su destinatario. Así, la forma y el contenido de un correo electrónico serán formales si escribimos a un desconocido para un asunto no personal. Vamos a escribir un correo electrónico formal.

1 USA LAS TIC. Imagina que tienes que escribir un correo electrónico formal. Puedes elegir entre estas posibilidades:



- Envío de un currículum vitae a una empresa para una oferta de empleo.
- Información al Ayuntamiento de una localidad sobre una situación anómala que deba ser solventada.
- Petición de información sobre un producto de segunda mano.

2 Escribe el asunto de tu correo según estas directrices:

- Expresa de forma concisa y objetiva la intención de tu correo.
- Procura utilizar formas verbales no personales.

Currículum vitae de Teresa Palacio García

3 Inicia tu correo con una fórmula de saludo cortés y respetuosa. Si te diriges a una persona cuyo nombre conoces, inclúyelo en el saludo. Si no conoces el nombre, emplea una fórmula genérica.

Apreciada señora Ángela López

Estimados señores de Recursos Humanos

4 Preséntate indicando tu nombre y algunos datos relevantes para que el destinatario sepa quién eres. Después, indica el objeto de tu correo.



Mi nombre es Teresa Palacio y soy licenciada en Farmacia. Me dirijo a ustedes para hacerles llegar mi currículum...

5 Desarrolla el contenido de tu carta según estas indicaciones:

- Expón la información para que tu interlocutor sepa por qué te diriges a él y formula lo que deseas conseguir.
- Utiliza un tratamiento de cortesía como *usted*.
- Emplea un lenguaje formal, objetivo y neutro.
- Sé claro y directo, sin alargarte innecesariamente.
- No emplees abreviaturas ni emoticonos. Respeta la ortografía y evita los rasgos propios de la escritura informal en Internet.

6 Despídete de un modo cortés con alguna fórmula habitual de despedida.



Atentamente

Cordialmente

Un atento saludo

La revisión del texto

En cualquier correo electrónico es importante hacer una revisión del texto antes de enviarlo. Se debe comprobar siempre el contenido, la ortografía, la ausencia de errores de tildado y la dirección del destinatario. En caso de que se desee enviar un documento adjunto, conviene asegurarse de que se ha incluido el documento antes de confirmar el envío ya que es frecuente olvidarlo.

1 Orígenes históricos de la diversidad lingüística

España, un estado plurilingüe

Al igual que otros muchos países, España es un estado plurilingüe. Es decir, es un estado en el que se habla más de una lengua. En algunas de sus comunidades autónomas se habla una lengua propia, que convive con el castellano. Esta diversidad lingüística tiene su origen en la historia de la península ibérica, lugar donde han coexistido diversas culturas.

El latín

Antes de la llegada de los romanos, en la península ibérica convivían distintos pueblos y diferentes lenguas: la íbera, las lenguas célticas, el idioma tartesio, el vasco... A estas lenguas hay que sumarles las de griegos y fenicios, que tenían colonias en el sur y este de la Península. Estas lenguas, previas al uso del latín, dejaron una huella en las lenguas posteriores.

A partir del siglo II a. C. comienza la invasión por parte de los romanos. Progresivamente, la península ibérica se integra en el sistema político y administrativo de Roma; se adopta su lengua, sus instituciones, su sistema educativo... De este modo, el latín se convierte en la lengua empleada por los habitantes de la Península tanto en la vida cotidiana como en los usos cultos.

La división del latín en diversas lenguas

En el siglo VIII se produce la invasión árabe. Los reinos cristianos, divididos y aislados, se repliegan hacia el norte. A lo largo de los siguientes ocho siglos, los distintos reinos luchan entre sí y contra los árabes intentando reconquistar las tierras. Gradualmente, descienden hacia el sur ocupando diversas zonas de influencia. La división de los reinos cristianos provoca la fragmentación del latín que se habla en cada zona.

La lengua latina evoluciona de distinta manera en cada reino y, así, surgen las **lenguas romances**: el gallego, el astur-leonés, el castellano, el navarro-aragonés, el catalán...

De las lenguas anteriores a la romanización solo sobrevive el vasco, debido a su exclusión con respecto a la zona de influencia del latín.

2 Las lenguas de España

En la actualidad, las lenguas habladas en España son las siguientes:

- El **castellano** o **español**. Es la lengua oficial común de todo el estado español, que convive con las lenguas autonómicas, que también se consideran oficiales en sus comunidades autónomas. El castellano es también la lengua empleada en numerosos países de América.
- El **gallego**. Se habla en Galicia y en las zonas limítrofes de Asturias, León y Zamora. En la Edad Media, el gallego y el portugués eran una misma lengua, pero se produjo su diferenciación a lo largo de los siglos.

Escucha el texto y contesta.



- ¿Dónde llegaron los romanos por primera vez a la península ibérica? ¿Con qué pueblo se encontraron?
- ¿Cómo recibieron a los romanos? ¿Qué ocurrió a partir de entonces?
- ¿Qué importante aportación cultural nos transmitieron los romanos?
- ¿Qué dos zonas muy diferenciadas se encontraron?



Las Glosas Emilianenses son pequeñas anotaciones manuscritas que constituyen el primer testimonio escrito de un dialecto romance hispánico: el navarro-aragonés.



SABER MÁS

Aparte de las lenguas cooficiales, en España existen varias modalidades lingüísticas en determinadas regiones.

- En zonas de Asturias, en la zona occidental de Cantabria y áreas del occidente de León, Zamora, Salamanca y Cáceres se habla el **bable**, **asturiano** o **astur-leonés**.
- En Aragón, en algunas zonas del Pirineo conviven diversas **hablas aragonesas**.
- En el valle de Arán (Lleida) se habla una modalidad del occitano denominada **aranés**, donde es lengua oficial junto con el catalán y el castellano.

- El **catalán**. Se habla en Cataluña, en las Islas Baleares, en el sudeste de Francia, en Andorra y en la ciudad de Alguer (Cerdeña).

En la Comunidad Valenciana se denomina **valenciano**: una variedad que pertenece al ámbito lingüístico del catalán pero que presenta rasgos peculiares tanto en la pronunciación como en la morfología y el vocabulario.

- El **vasco** o **euskera**. Es la única lengua anterior al latín que ha subsistido a la romanización. Se habla en el País Vasco, en el área noroccidental de Navarra y en el suroeste de Francia. Durante siglos fue una lengua relegada al uso familiar y fragmentada en diversas variantes. A partir de la década de 1970, se unifica la lengua y se normaliza su uso en la enseñanza y en los medios de comunicación.

ACTIVIDADES

- 1 Observa estas expresiones de distintas lenguas y responde.

Vasco	Eskerrik asko	Egun on
Catalán	Moltes gràcies	Bon dia
Galego	Moitas grazas	Bos días

- ¿Cómo se diría cada una de esas expresiones en castellano?
- ¿Cuáles son más parecidas entre sí y cuáles son más diferentes?
- ¿Por qué las expresiones en euskera tienen una forma tan distinta de las otras lenguas? ¿Cómo puede explicarse teniendo en cuenta la historia de las diversas lenguas?

- 2 **USA LAS TIC.** Averigua con ayuda de una enciclopedia o de Internet qué pueblos habitaron a lo largo de la historia en el lugar donde vives y contesta.



- ¿Se habla más de una lengua en el sitio donde vives?
- ¿De qué forma crees que influyó la historia en la lengua o lenguas que utilizas?
- ¿Has estado en algún lugar de España donde se hable otra lengua además del castellano? ¿Te resultó fácil entender esa lengua?

- 3 **PARA PENSAR.** Escribe un texto sobre el plurilingüismo en España en el que respondas a estas preguntas:

- ¿Crees que es enriquecedor?
- ¿Qué lengua o lenguas de las anteriores te gustaría aprender? ¿Por qué?

Las lenguas peninsulares y la cultura actual

La literatura

La creación literaria en España en las últimas décadas refleja la **variedad y riqueza lingüística del país**. La literatura escrita en gallego, vasco y catalán ha vivido un periodo de crecimiento en el que se escribe, publica y lee más que nunca en estas lenguas, y en todos los géneros. He aquí un fragmento de una novela en vasco, *SPrako tranbia*, de Unai Elorriaga, y su traducción al castellano, *Un tranvía en SP*:

Zortzimilako mendiak maite ditut nik: Shisha Pangma asko. Txikiena da, 8027 metro, eta ahoa betetzeko moduko izena dauka.

UNAI ELORRIAGA, *SPrako tranbia*

A mí me gustan los ochomiles: el Shisha Pangma mucho. Es el más pequeño de los ochomiles, 8027 metros, y tiene un nombre que llena la boca al decirlo.

UNAI ELORRIAGA, *Un tranvía en SP*




1 Comenta, desde el punto de vista del léxico, qué dos lenguas de los tres textos tienen más semejanzas entre sí.

► ¿Cuál crees que es la razón de esta semejanza?

2 Analiza los signos ortográficos de los tres textos de esta página y explica qué signos no existen en castellano.

► ¿Cuál de las tres lenguas es más diferente del castellano?

3 **USA LAS TIC.** Localiza en Internet  diccionarios de vasco, gallego, catalán y castellano. Después, busca la palabra correspondiente en cada idioma al anglicismo *boomerang* y escríbela.

La música

En la actualidad las canciones en las distintas lenguas peninsulares no se limitan a recrear los modelos de música folclórica y tradicional, sino que se han adaptado con éxito a los distintos estilos de la **música contemporánea** (pop, *rock*, *funk*...). Es el caso del grupo catalán Manel, a cuya canción «El boomerang» pertenece el siguiente fragmento:

Per fi a baix, vam situar-nos a una distància prudencial / de les senyores que es bronzajaven i dels cotxes aparcats, / vam estudiar els corrents de l'aire, vam assecar-nos la suor de les mans. / Però el boomerang s'encallava entre les branques i no tornava mai.

Por fin abajo, nos situamos a una distancia prudencial / de las señoras que se bronceaban y de los coches aparcados, / estudiamos las corrientes de aire, nos secamos el sudor de las manos. / Pero el boomerang se atascaba entre las ramas y no regresaba jamás.

Aprender a conducir

E metín as chaves no ferrollo do contacto, sentindo o alento do meu irmán pegado a min, que me facía cóxegas na caluga. Traguei saliva e, seguindo a indicación que me fixo meu pai, acendín o coche. Foi tremendo. De súpeto estaba montada nun monstro témero que tiña que guiar. E funo guiando. E non pasou nada.

Botamos a mañá primeiro eu, logo meu irmán, acendendo o coche, apagándosenos, afogándoo e dando tombos polos carreiros de terra. Aquela mañá cansamos, o meu pai anoxouse connosco, nós con el... e rimos como non recordaba eu.

SUSO DE TORO, *A sombra cazadora*

Mientras introducía las llaves en el contacto, sentí el aliento de mi hermano pegado a mí, haciéndome cosquillas en la nuca. Tragué saliva, y, siguiendo la indicación de mi padre, encendí el motor. Fue tremendo. De repente estaba montada en un monstruo terrible que tenía que guiar. Y lo fui guiando. Y no pasó nada.

Pasamos la mañana, primero yo y luego mi hermano, encendiendo el motor, viendo cómo se calaba el coche, ahogándolo y dando trompicones por los caminos de tierra. Aquella mañana nos cansamos, mi padre se enfadó con nosotros, nosotros con él... y nos reímos los tres como nunca.

SUSO DE TORO, *La sombra cazadora*

Preparar un trabajo monográfico




El trabajo monográfico es un texto extenso de carácter expositivo que pone de manifiesto los conocimientos que se han obtenido sobre el tema que aborda. Vamos a redactar un trabajo monográfico sobre las lenguas de España.

1 Documentate sobre el tema de tu trabajo. Debes recopilar información sobre las diferentes lenguas que se hablan en España. Puedes consultar las siguientes fuentes de documentación:

- Enciclopedias, tanto generales como específicas.
- Revistas especializadas.
- Libros dedicados al estudio del tema.
- Páginas web de Internet (solo aquellas que resulten fiables, seguras y de calidad).

2 Selecciona y analiza la información obtenida mediante el resumen y la redacción de las ideas principales.

Debes discriminar la información valiosa de aquella poco útil o demasiado minuciosa: ten en cuenta que tu trabajo tendrá una extensión (aproximadamente) de entre tres y cuatro páginas.

3  Elabora un esquema que establezca y jerarquice los apartados en los que se va a organizar la información. Normalmente, en todo trabajo se establecen tres grandes bloques:

- Introducción, en la que se presenta el objetivo del trabajo, el método empleado y la forma en que se va a organizar la información.
- Desarrollo, constituido por la exposición ordenada de los contenidos, distribuida en distintos apartados con un título o epígrafe.
- Conclusión, en la que se resumen las ideas expuestas y valoran los resultados conseguidos.

4 Redacta el trabajo a partir del esquema. Presta atención tanto a las cuestiones de contenido como a las que tienen que ver con la forma.

Exactitud de los datos.	Corrección lingüística.
Progreso coherente.	Claridad expositiva...

5 Incorpora un índice general al principio del trabajo. En él deben figurar los títulos de los distintos apartados y subapartados, así como el número de página en donde se encuentran.

6 Presenta la bibliografía consultada al final del trabajo en una página aparte.

7 Revisa tu texto una vez finalizado. Debes comprobar si la información está organizada adecuadamente, las ideas se expresan con claridad y el texto es correcto.

La presentación del trabajo

Cualquier trabajo debe tener un aspecto cuidado. Ha de presentarse sin incorrecciones ni tachaduras. Conviene dejar márgenes amplios (unos 4 cm), y diferenciar y destacar tipográficamente los elementos relevantes (títulos, subtítulos...). Los títulos de apartados y subapartados deben estar precedidos de números o letras (1, 2, 3...; A, B, C...) que permitan al lector identificar qué lugar ocupa cada apartado dentro del trabajo.