

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

ESTADOS DEL ARTE*

Unidad Cuatro

ESTUDIO DEL TEXTO ESCRITO

La Unidad titulada *Estudio del Texto Escrito*, está orientada al análisis de contenido de las piezas informativas. Como ya se había anunciado en la Unidad de *Puesta en Página*, uno de los antecedentes importantes para el análisis del TPI es el *Diagnóstico de la Eficacia del Medio* de Kayser, que se encarga de hacer la evaluación exhaustiva del impacto de un medio. Dicho estudio no se limita a la valoración de la PI, sino a la apreciación completa de cada una de sus unidades relacionales. Los elementos que conforman el *Diagnóstico de la Eficacia del Medio* son:

A. PAUTA REDACCIONAL

- ¿Cubrió bien la actualidad?
- ¿Es trascendente su contenido?
- ¿Falta algún tema de importancia?
- ¿Tiene alguna información exclusiva? ¿Está bien tratada?

Contenido:

- ¿Está balanceado?
- ¿Tiene imaginación?
- ¿Está bien titulado?
- ¿Es sensacionalista? ¿Es superficial?
- Otros interrogantes.

B. FUENTES DE INFORMACION

- ¿Son suficientes?

* El proyecto *SATPI* surge en 2003 por iniciativa de la línea de investigación “Tratamiento Periodístico de la Información”, del grupo *Comunicación, Periodismo y Sociedad*, de la Universidad de Antioquia - Medellín - Colombia. Actualmente hacen parte del proyecto el Historiador Eduardo Domínguez Gómez (Investigador Principal), la Comunicadora Ana María López Carmona, el Historiador Luis Carlos Toro Tamayo y las estudiantes de pregrado en Historia y Comunicación Social María Carolina Cubillos V. y Viviana María Garcés Hernández. (Co - Investigadores). La fuente de financiación del proyecto proviene de fondos de la Universidad de Antioquia, destinados por la Vicerrectoría de Investigaciones.

- ¿Son autorizadas?
- ¿Están bien aprovechadas?
- ¿Se pueden sugerir otras?
- Otros interrogantes.

Como complemento del modelo de Kayser, Jesús María Aguirre y Marcelino Bisbal plantean un sistema más completo. En palabras de los autores: "...el esquema parte de un análisis formal del reportaje, para luego caer en el análisis connotativo del mismo" (AGUIRRE y BISBAL, 1990:242,243). Las categorías de este sistema son:

1. TITULO: En esta parte hay que analizar básicamente:

- Impacto (llama o no la atención).
- Tipo de título (informativo o de opinión).
- Resumen y definición del título (análisis formal del título siguiendo la expresión y sentido de cada línea).

2. ILUSTRACIONES Y LEYENDA:

A. Ilustraciones

- Tipo de ilustración.
- Relación con respecto al título.
- Relación con respecto al texto.
- Relación con respecto a la leyenda.
- Calidad técnica (nitidez, definición..., etc.).

B. Tipos de leyenda

3. SUMARIO DE CONTENIDO. Consiste básicamente en contestar a estas preguntas:

- Atractivo.
- ¿Sintetiza las ideas fundamentales del texto?
- Redacción en cuanto a forma y contenido.

4. TEXTO. Hay que distinguir dos niveles fundamentales:

A. Entrada o encabezamiento: Se trata de responder a los siguientes interrogantes

- ¿Dice algo al lector?
- ¿Lo dice rápidamente?
- ¿Lo dice honradamente?
- Originalidad.
- Estructura, forma

B. Desarrollo

Contenido. Responder a las preguntas siguientes:

- ¿Qué grado de importancia se da a cada idea?
- ¿Extensión con relación a la idea? ¿Lo amerita o no?

- ¿Hay repetición de ideas? ¿Hay contradicción?
- Presencia de la idea central en el reportaje.
- ¿Retiene al lector? ¿Lo mantiene interesado?
- Presencia de antecedentes y consecuencias.

Forma. Habrá que tomar en consideración:

- Unidad estructural en el encabezamiento de las ideas
- Extensión de párrafos, oraciones...
- Estilo
- Lenguaje y ritmo del reportaje

Final

Hay que responder a los siguientes interrogantes:

- Originalidad "¿Es hijo de la idea central?"
- ¿Satisface al lector?
- ¿Termina con honradez?
- Necesidad o no del final.

5. FUENTES:

- ¿Son suficientes?
- ¿Son autorizadas? - ¿Están bien aprovechadas?
- ¿Se sugieren otras fuentes?

Ambos modelos constituyen un aporte para el análisis de piezas periodísticas como los reportajes o las crónicas, pero requieren de un ajuste para el estudio de otras informaciones como la publicidad, o las secciones meramente informativas como la noticia, las breves, los clasificados, los obituarios, etc. Las pautas establecidas por estos autores fueron diseñadas para la prensa diaria. Pero, ¿qué sucede con la prensa no diaria?¹ Básicamente sostienen que los esquemas que se utilizan para el análisis son los mismos, teniendo en consideración el tratamiento de mayor profundidad que estos medios impresos no diarios le dan a las informaciones.

Las normas de estilo permiten la diferenciación entre sí de periódicos pertenecientes a una misma área cultural e histórica. Permiten, sobre todo, la diferenciación entre periódicos de un mismo país, de una misma ciudad, de un mismo credo religioso y político. Cada periódico es un hecho cultural único e irrepetible. Las normas básicas ofrecen a cada uno de los periódicos que existen o han existido un cuadro de posibilidades sin tácticas para la difusión de unos mensajes. Este cuadro es amplio, elástico, generoso y, en ocasiones, puede incluso resultar enormemente proteico, como resultado del avance tecnológico. Sin embargo, las normas de estilo, exteriores y coactivas, imponen rigurosamente los límites de actuación para

¹ Se destacan dentro de la prensa no diaria: las revistas especializadas o típicas, ya sean semanales, quincenales, mensuales, etc, y los periódicos semanarios.

los hombres encargados de poner en acto las potenciales normas básicas de los lenguajes periodísticos, o lenguaje periodístico, en singular, si queremos referimos a aquel supracódigo en el que se aglutinan las diferentes series que intervienen en el periódico”. (ENCICLOPEDIA DE PERIODISMO Y COMUNICACIÓN, 1984: 98)

En el Proyecto Antonio Nariño (2004:4,5), encontramos las siguientes categorías e indicadores:

ORIGEN Y PROCEDENCIA GEOGRÁFICA DE LA INFORMACIÓN

- Epicentro de los acontecimientos
- Origen de la información proporcionada por las fuentes
- Procedencia de la información visual

COHERENCIA INFORMATIVA

- Coherencia informativa entre el titular y el texto
- Coherencia informativa entre la información escrita y la información visual

PLURALIDAD, EXACTITUD Y MANEJO DE LAS FUENTES

- Número de fuentes consultadas / citadas
- Puntos de vista de las consultadas / citadas
- Naturaleza de las fuentes consultadas / citadas
- Espacio ocupado por las fuentes consultadas / citadas en la información

TEMAS DE LA INFORMACIÓN

- Asuntos de la información
- Relación entre los asuntos y las fuentes de la información

CLASIFICACIÓN DE LAS ACCIONES

- Clasificación del medio para nombrar los hechos
- Clasificación del medio para nombrar los sujetos

Como podemos constatar, el Proyecto Antonio Nariño es similar en algunos aspectos al método de Kayser, en cuanto al modo en el que se procesa la información periodística. Ambos sistemas utilizan categorías en forma de pregunta, lo que limita la catalogación e impide la preservación documental y la utilización posterior de los registros. No obstante,

en el Antonio Nariño se evidencia una clara preocupación por depurar las categorías de estudio y evita la valoración excesiva o deformación de las piezas informativas.²

Al respecto, Siegfried Jäger³ nos plantea una guía analítica para procesar el material mediático y además nos advierte:

El procesamiento del material constituye a un tiempo la base y el meollo del ulterior análisis del discurso. Debe realizarse con extremo cuidado y, en el caso de los proyectos de mayor envergadura en los que participen varios colaboradores, ha de realizarse en el mismo orden por todos los que intervengan en él, y sin actuar de manera esquemática. Esto se debe a que el análisis sinóptico que sigue a las investigaciones individuales del correspondiente periódico o revista de un determinado año descansa en la capacidad de alinear unos junto a otros, u de forma sistemática, los resultados. (JÄGER, 2003:90).

Siguiendo los planteamientos de Jäger, la guía analítica prevista para llevar a cabo un análisis crítico debe contener, además de las características del periódico y los aspectos concernientes a la diagramación y la puesta en página, los relacionados con los medios retóricos y las afirmaciones ideológicas que fundamentan el contenido. Tres serán los aspectos imprescindibles:

1. MEDIOS RETÓRICOS

- Tipo y forma de la argumentación, estrategias argumentativas.
- Lógica y composición.
- Implicaciones e insinuaciones.
- Simbolismo colectivo o “figuratividad”, uso de metáforas, etcétera, tanto en el lenguaje utilizado como en los contextos gráficos (estadísticas, fotografías, imágenes, caricaturas, etcétera).
- Giros idiomáticos, dichos populares, estereotipos.
- Vocabulario y estilo.
- Actores (personas, estructura pronominal).
- Referencias: a la(s) ciencia(s), particularidades de las fuentes de conocimiento, etcétera.

2. AFIRMACIONES IDEOLÓGICAS BASADAS EN EL CONTENIDO

- ¿Qué noción subyacente de, por ejemplo, el ser humano, puede hallarse en el artículo, o

² No olvidemos que un registro mal habido se convierte inmediatamente en un dato carente de valor para la comunidad académica. De lo que se trata, entonces, es de crear corpus documentales fieles al tratamiento periodístico que la(s) casa(s) editorial(es) plasmaron en un momento determinado de la historia. Máxime si tenemos en cuenta que la mayoría de archivos de prensa se están consumiendo, bien por la indiferencia del Estado, por la incapacidad de las entidades depositarias o por el inexorable paso del tiempo.

³ JÄGER, Siegfried (2003). “Discurso y conocimiento: aspectos teóricos y metodológicos de la crítica del discurso y del análisis de dispositivos”, en: Método de Análisis Crítico del Discurso, WODAK, Ruth y Michael MEYER (Compiladores). España, Editorial Gedisa, pág. 61-100.

transmite el artículo?

- ¿Qué tipo de comprensión subyacente de, por ejemplo la sociedad, puede hallarse en el artículo, o transmite el artículo?
- ¿Qué tipo de comprensión subyacente de, por ejemplo la tecnología, puede hallarse en el artículo, o transmite el artículo?
- ¿Cuál es la perspectiva de futuro que establece el artículo?

3. OTRAS CUESTIONES LLAMATIVAS

- Resumen: localización del artículo en el hilo discursivo.
- Para concluir: interpretación de la totalidad del hilo discursivo investigado con referencia al material procesado que se ha utilizado.

Según Jäger, este método permite procesar materiales sin correr riesgos innecesarios al dejar lagunas que impidan ulteriores análisis. *Con ello, hemos echado los cimientos para proceder a un análisis global del hilo discursivo en cuestión* (JÄGER, 2003:93).

Otro aspecto que tiene sus antecedentes en la lingüística es que el análisis sistemático de las estructuras textuales de la noticia comienza con una aclaración de nociones como *Tema* o *Asunto*. Según Van Dijk (1990:54, 55, 56), los temas pertenecen al macronivel global de la descripción del discurso.⁴ Cuando un discurso contiene varios temas y, en consecuencia, posee una macroestructura que consiste en varias macroproposiciones, debe tener una organización jerárquica en la cual cada secuencia de las macroproposiciones puede quedar subsumida bajo otra más alta. Estas relaciones se definen mediante macrorreglas, que representan intuitivamente un resumen. Las macrorreglas son reglas de proyección semántica que relacionan proposiciones de nivel más bajo con macroproposiciones de nivel más alto. En este sentido, las características del discurso periodístico propuestas por este analista son:

- Se puede expresar y señalar los temas mediante titulares, que aparentemente actúan como resúmenes del texto de la noticia.
- Una característica llamativa y típica de la elaboración temática del discurso periodístico es su carácter “troceado”. Es decir, cada tema se presenta en partes, no como un todo que es el caso de otros tipos del discurso. “...Esta característica estructural tiene su origen en el principio global de la organización de la relevancia de la noticia. Este principio sostiene que el discurso periodístico se organiza de manera tal que la

⁴ Cada tema de un texto puede representarse como una macroproposición (una macroproposición hace referencia a las proposiciones que son parte de las macroestructuras o un conjunto organizado de proposiciones). Para más detalles consultar: Van Dijk, Teun A (1990). *La noticia como discurso. Comprensión, estructura y producción de la información*. Barcelona, Paidós, Página 54.

información más importante o relevante se presente en la posición más destacada, tanto en el texto tomado como un todo que es el caso de las oraciones”. (VAN DIJK, 1990:71).

- Una característica estructural del discurso periodístico es la especificación que se produce en dos ciclos: las especificaciones de los temas de alto nivel se dan primero y luego siguen los detalles de más bajo nivel.
- El discurso periodístico puede mostrar una estructura de realización temática que es básicamente: 1) global, 2) relevancia controlada, y 3) cíclica (por entregas) (VAN DIJK, 1990:77).
- Debe contener obligatoriamente dos categorías: el titular y los sucesos principales. Las categorías como antecedentes, reacciones verbales y comentarios son opcionales. Algunas categorías se pueden repetir (categorías recursivas).
- En la noticia no se presentan, por lo general, sucesos en un orden cronológico. Al menos globalmente, la noticia despliega la realización total de la información guiada por un esquema y dependiendo de la relevancia (VAN DIJK, 1990:99).
- Los temas en el discurso periodístico no pueden expresarse de manera continua. Esto significa que, debido a los cambios de tema, las proposiciones siguientes no siempre pueden relacionarse directamente.
- La noticia como en los otros discursos, deja muchas cosas sin decir. Es decir, se puede inferir para llegar a una comprensión total o presuponerse automáticamente como una información general o más particular tomada como segura.
- La noticia no aparece solamente escrita, sino que también es un discurso público. Sus destinatarios, son grupos de grandes lectores a veces definidos por alianzas políticas o ideologías similares. Así, la información que aparece en la noticia debe ser presupuestada (conocimiento, creencias, normas y valores).
- El discurso periodístico es impersonal, debido a que lo producen organizaciones institucionalizadas, sean públicas o privadas. Sin embargo, esta impersonalidad es normativa más no descriptiva.

Adicional a esta caracterización encontramos en Van Dijk (1990: 83-88) un esquema periodístico que establece un conjunto de categorías globales del discurso, y formula estrategias y reglas para su organización. Algunas categorías del discurso periodístico son:

- *El titular y encabezamiento.* Su función principal es expresar los principales temas del hecho. Es decir, funcionan como un resumen inicial. El titular define simplemente una secuencia especial de un texto periodístico, en el cual puede insertarse un contenido global variable (tema). Por su parte, los encabezamientos pueden expresarse separadamente y en negrita o pueden coincidir con la primera oración temática del texto.
- *Antecedentes o evaluación de los acontecimientos informativos.* Usualmente en el discurso periodístico, los antecedentes aparecen posteriormente, es decir, después de la sección que se ocupa de los acontecimientos actuales o principales.
- *Sucesos principales.* Pueden asimilarse como contexto, el cual a menudo se encuentra señalado por indicadores como “mientras”, “durante” o expresiones parecidas a simultaneidad. Semánticamente, la información del contexto debe denotar la situación

actual, que consiste en otros sucesos informativos concretos, y no una situación estructural general. Generalmente, el contexto es el acontecimiento principal en ítems periodísticos distintos o previos, pero difiere de los antecedentes que tienen una naturaleza histórica o estructural más comprensiva.

- *Consecuencias.* Esta es otra categoría que aparece normalmente en los discursos periodísticos. A través de la discusión real o posible de las consecuencias, un discurso periodístico puede otorgar coherencia causal a los acontecimientos informativos.
- *Reacciones verbales.* Son una categoría específica que puede considerarse como un caso especial de consecuencia. Un apartado sobre reacciones verbales permite a los periodistas formular opiniones objetivas. Esta categoría viene señalada por los nombres y los roles de los participantes periodísticos y por citas directas o indirectas de declaraciones verbales.
- *Comentario.* El discurso periodístico posee una categoría que caracteriza los comentarios, las opiniones y las evaluaciones del periodista o el propio periódico. Esta tiene dos subcategorías principales: la evaluación que caracteriza las opiniones evaluativas sobre los acontecimientos informativos actuales; y las expectativas que formulan consecuencias políticas o de otro tipo sobre los sucesos actuales y la situación (VAN DIJK, 1990:87).

José Antonio Moreiro en sus estudios acerca de la documentación informativa, plantea algunos atributos de la noticia que describen la naturaleza o características de los objetos (noticias), no su contenido. Su propuesta basada en el modelo para el intercambio de información (IIM) Information Interchange Model, del IPTC⁵, tiene como objetivo describir el contenido de las noticias que intercambian agencias de noticias y otros medios de comunicación. La filosofía del modelo es que una noticia es un objeto que tiene atributos y cuyo contenido se describe mediante uno o varios códigos temáticos. Según el IMM:

...cada noticia es un objeto, no importa que sea texto, gráfico, foto, audio, video o una mezcla de ellos. El modelo distingue tres tipos de objetos: noticias, casi todo lo que se publica; datos, información en la que no hay historias, normalmente son estadísticas, listas de mercados, etc.; y recomendaciones, mensajes de las agencias, que generalmente no se publican”. (MOREIRO, 2000:72,73).

El autor reconoce los siguientes tipos de atributos:

- *Actualidad:* indica que la información trata sobre acontecimientos que están teniendo lugar en un espacio de tiempo cercano al de la transmisión de la noticia.
- *Análisis:* datos y conclusiones de un periodista que ha escrito una crónica en profundidad.
- *Archivo:* material que ha circulado en números anteriores.
- *Trasfondo:* información que explica los antecedentes de la noticia que se va a escribir.

⁵ El IPTC es accesible a través de la WEB en la dirección: <http://www.iptc.org/iptc>. Cita tomada de: MOREIRO, José Antonio (2000). *Manual de Documentación Informativa*. Madrid, Ediciones Cátedra, Pagina 72.

- *Figura*: la información es sobre un acontecimiento o individuo particular que puede no ser de actualidad inmediata.
- *Previsión*: cuando el objeto contiene opiniones de acontecimientos futuros.
- *Historia*: material basado en acontecimientos pasados.
- *Necrológica*: biografía de una persona notable para publicarse después de su muerte.
- *Opinión*: un comentario editorial que refleja la opinión de un autor.
- *Encuestas*: datos numéricos u otra información que se produce como resultado de un cuestionario a una muestra de la población.
- *Perfiles*: un texto sobre la vida de alguien.
- *Tablas y Resultados*: datos numéricos presentados de forma tabular para que sea comprendida mejor.
- *Textos de apoyo*: historias relacionadas que proporcionan una visión adicional de las noticias de las que se va a informar.
- *Sumarios*: un número de historias que han sido reducidas en longitud y compiladas en una sola noticia.
- *Transcripciones*: la versión escrita de una entrevista o un documento, sin alteración ni comentario.

En la obra de Carlos Marín llamada *Manual de Periodismo* (2003), se encuentra una amplia sustentación acerca de los atributos de la noticia, los géneros periodísticos y los factores de interés periodístico, que describiremos en el manual de código.

También encontramos el método del *análisis de contenido* propuesto por Miguel de Moragas,⁶ quien toma en cuenta los elementos de habla hasta los niveles condicionantes superiores. Dicho modelo fue realizado con base en las investigaciones de Benjamín Lee Whorf y Emilio Lledó,⁷ y sirve para identificar las ordenaciones de significado, producto y expresión de los aspectos ideológicos del discurso escrito:

Moragas acata el lenguaje como punto de partida para observar el fenómeno llamado “Cultura de Masas”. Acepta que constituye la posibilidad de dar referencia e interpretar nuestro entorno y es el instrumento de la propia conciencia. El pensamiento existe con la intervención, posibilitadora y limitante a la vez, del lenguaje. Y éste, por su naturaleza, no ofrece la verdad de la realidad, sino una de las posibles, pues las estructuras lingüísticas profundas, codificadas a lo largo de la historia social de su utilización, recogen toda la experiencia, desde la geográfica hasta la religiosa, de la comunidad correspondiente. (...) evita el determinismo lingüístico y, en vez de preocuparse por el hecho de que a cada estructura lingüística le corresponde una determinada manera de interpretar y clasificar el universo, se interesa por "considerar la capacidad de una misma lengua para dar diversas versiones ideológicas de un mismo hecho o acontecimiento". En consecuencia, llama cultura de masas a un conjunto semántico definido que se generaliza, aceptando como categorías reales algo que es categoría del pensamiento. (DOMÍNGUEZ

⁶ Para más detalles ver. DE MORAGAS, Miguel (1980). *Semiótica y Comunicación de Masas*. Barcelona, Península, 2a. Edición.

⁷ LEE, Whorf (1970). *Lenguaje, pensamiento y realidad*. Barcelona, Berrol. E., Lledo (1970). *Filosofía y lenguaje*. Barcelona, Ariel.

GÓMEZ, 1993:40).

Moragas propone la búsqueda en tres niveles de articulación:

- *Frecuencia de aparición de unidades puntuales de significación.* Palabras que denotan valoración, como amistad, sinceridad, personalidad.
- *Marcos de estructuración de esas unidades puntuales.* Ejes de significación que pueden aportar al lector de manera inconsciente, matices de significación de sus unidades.
- *Ordenaciones de valores o finalidades no manifiestas en el discurso* que lo condicionan y son identificables.

El modelo de Moragas, al igual que el de van Dijk, apela al análisis del texto en cada una de sus partes y promueve la utilización de elementos propios de la lingüística para interpretar los diferentes tipos de argumentos y los elementos que le dan sentido y forma al discurso.

Acorde con los planteamientos expuestos, Helena Calsamiglia y Amparo Tusón presentan una serie de categorías que serán de mucha utilidad para nuestro análisis. Entre las Características lingüístico textuales del discurso escrito se encuentra *La organización textual y discursiva*, de la cual se retomó lo relacionado con la Ordenación y organización de los contenidos, y según la cual los contenidos se deben distribuir mediante unos procedimientos básicos que unen bloques de información o los separa. Esta ordenación está constituida por:

- *La segmentación:* Constituye una estrategia externa o visual al servicio de la comunicación del contenido. La segmentación es la distribución de los enunciados que forman el texto y se relaciona con la distribución de los temas, los subtemas y los cambios de tema. La unidad básica es el párrafo, compuesto por un conjunto de enunciados relacionados entre sí por su contenido y sus límites son definidos por el mismo autor, quien proporcionará una presentación temático/visual que oriente la lectura.
- *La puntuación:* Los signos de puntuación se usan en el texto escrito en función de la organización gramatical y de la lógica del sentido. Signos como el punto, la coma, el punto y coma y los dos puntos sirven tanto para segmentar como para poner en relación; los puntos suspensivos indican conocimientos compartidos, guiños y complicidades entre el autor y el lector, y las comillas, los paréntesis, guiones y rayas, ejercen una serie de interrupciones, presentaciones e incisos, dejando paso a otras voces. Serafín en su obra señala las funciones posibles de los signos y las diferencias de empleo derivadas de la diversidad de estilos, destacando la puntuación mínima en la que sólo aparecen los puntos y comas y raramente aparecen los dos puntos y el punto y coma; la puntuación clásica en la que se observa un uso variado de todos los signos de puntuación al servicio de la expresividad, precisión semántica y la inteligibilidad, y la

puntuación enfática característico de la publicidad y del estilo de algunos autores, donde abundan los puntos (en sustitución de comas y otros) y los períodos breves.

- *La titulación:* Los títulos son enunciados que están tratados de forma especial desde el punto de vista tipográfico y tienen una función catafórica de adelantar el contenido del texto, o de señuelo, para atraer la atención del posible lector. Títulos y subtítulos organizan el contenido del texto, y pueden ser muy dependientes del contexto o muy sugerentes y con significados figurados.

Las autoras también plantean cuatro condiciones paratextuales que orientan la interpretación del texto: el material del soporte, el formato, la tipografía y el diseño gráfico, y la Combinación con otros códigos semióticos (CALSAMIGLIA y TUSÓN, 2002:86–89, 95-97).⁸

El *contexto*, según las autoras “...es un concepto crucial y definitorio del ámbito de la pragmática y del análisis del discurso, ya que su consideración en la descripción y el análisis de los usos lingüísticos marcará la línea divisora entre los estudios discursivos y los puramente gramaticales. Una primera aproximación al concepto de contexto desde el análisis del discurso ha consistido en dividirlo en cuatro niveles o tipos: el contexto espacio-temporal, el contexto situacional o interactivo, el contexto sociocultural y el contexto cognitivo” (CALSAMIGLIA y TUSÓN, 2002:101-115).

El contexto es algo dinámico creado, mantenido, cambiado e interpretado por las personas que participan en el intercambio comunicativo:

En ese proceso pueden concurrir – guiando y orientando – ciertos elementos como el entorno físico (culturalmente interpretado) y ciertas normas o tendencias de comportamiento colectivo interiorizadas cognitivamente en forma de marcos o guiones. Sin embargo, son las personas, a través de las actividades que van llevando a cabo, quienes actualizan esos factores convirtiéndolos en una parte significativa de lo que está sucediendo. (CALSAMIGLIA y TUSÓN, 2002:113).

La *Dimensión del Contexto* es otro aspecto que señalan las autoras, en el que se incorporan elementos diversos. Las dimensiones del contexto son:

- *La localización o marco socioespacial:* El contexto abarca, por una parte, la dimensión física o localización en que se desarrolla un evento comunicativo, así como la imagen mental (psicosocial), que de ese entorno representan quienes participan en el evento y que pueden reconocer a través de la interpretación del conjunto de parámetros temporales y espaciales que se activan por medio de la deixis.

⁸ En el SATPI, estas condiciones paratextuales se analizarán en las unidades 2 y 3.

- *El comportamiento no verbal:* Tanto en el discurso oral como escrito existe una serie de factores no verbales -elementos cinético, próxemicos y vocalizaciones, en cuanto a la oralidad, y elementos iconográficos en la escritura- que crean contexto y actúan como indicios de contextualización para quien debe realizar la tarea interpretadora.
- *La lengua como contexto:* Tiene relación con los usos lingüísticos; así, las secuencias textuales, los géneros discursivos, el registro que se utiliza (a través de la selección fonética, léxica y morfosintáctica), son formas concretas en que la lengua se comporta como creadora de contexto y como guía para la interpretación.
- *El contexto extrasituacional:* Comprenden el conocimiento previo de todo tipo que nos permite reconocer dónde estamos, qué ha pasado y qué puede pasar o qué está pasando. (CALSAMIGLIA y TUSÓN, 2002:126,131)

En las autoras también se encuentra otra explicación de la *La Deixis*. Los elementos deícticos son piezas estrechamente relacionadas con el contexto dada su función de indicador contextual, tanto en la elaboración como en la interpretación de los enunciados. La deixis señala y crea un terreno común -físico, sociocultural, cognitivo y textual-. Los elementos deícticos organizan el tiempo y el espacio, sitúan a los participantes y a los propios elementos textuales del discurso. También, suelen formar clases cerradas y son principalmente los pronombres, los artículos, los adverbios y los morfemas verbales de persona y de tiempo, pero también algunos verbos, adjetivos y preposiciones. Los términos deícticos pueden usarse en un sentido *gestual* o en un sentido *simbólico*. Se clasifican en los siguientes tipos:

- *La deixis personal:* señala a las personas del discurso, las presentes en el momento de la enunciación y las ausentes en relación a aquéllas. A través de los deícticos de persona seleccionamos a los participantes en el evento. Funcionan como deícticos de este tipo los elementos que forman el sistema pronominal (pronombres personales y posesivos) y los morfemas verbales de persona.
- *La deixis social:* señala las identidades de las personas del discurso y la relación entre ellas o entre ellas y la (posible) audiencia. Sirven los elementos del sistema de tratamiento formado por algunos pronombres, los apelativos y los «honoríficos». Este apartado se trabajará por separado en una categoría denominada *Las Personas del Discurso*.
- *La deixis espacial:* Organiza el lugar en el que se desarrolla el evento comunicativo y señala los elementos de lugar en relación con el espacio que crea el yo como sujeto de la enunciación. También tiene una función de tipo metafórico para marcar el territorio, el espacio público y privado y, como consecuencia, para señalar la imagen y la distancia de las relaciones sociales. Cumplen esta función los adverbios o perífrases adverbiales de lugar (aquí o acá / ahí / allí o allá; cerca/lejos; arriba/abajo; delante/detrás; a la derecha/a la izquierda, etc.), los demostrativos (este/a, ese/a; aquel/la), algunas locuciones prepositivas (delante de/detrás de; cerca de/lejos de), y algunos verbos de movimiento (ir/venir, acercarse/alejarse, subir/bajar).

- *La deixis temporal*: Indica elementos temporales tomando como referencia el *Ahora*, que marca quien habla como centro deíctico de la enunciación. Básicamente cumplen esta función los adverbios y las locuciones adverbiales de tiempo, el sistema de morfemas verbales de tiempo, algunas preposiciones y locuciones prepositivas (antes de, después de, desde, a partir de...) y algunos adjetivos (actual, antiguo, moderno, futuro, próximo...).
- *La deixis textual*: Señala y organiza las partes del texto unas con respecto a otras. El texto en sí mismo se convierte en el espacio y en el tiempo de referencia, donde existe un *antes* y un *después*, un *arriba* y un *abajo*. Estos se utilizan especialmente en la escritura y en un sentido metafórico, ya que se presenta como un anclaje enunciativo propio. También son piezas esenciales para marcar la organización textual. (CALSAMIGLIA y TUSÓN, 2002:116,125).

En un capítulo que Helena Calsamiglia y Amparo Tusón denominan *Personas del Discurso*, se hace referencia al estudio del uso lingüístico de los protagonistas de la interacción comunicativa. “Por ello, cualquier indagación en este ámbito debe dotarse de instrumentos para dar cuenta de todos los factores que hacen que un texto esté en relación de dependencia con sus productores y con sus interpretadores”. (CALSAMIGLIA y TUSÓN, 2002:133).

Entre las personas del discurso encontramos:

- *La persona ausente*: La inclusión de marcas de la persona que habla en su propio enunciado es algo potestativo, ya que en un texto podemos encontrar una ausencia total de marcas del locutor. En este caso, se activa verbalmente el mundo de referencia, utilizándose como indicadores de ese mundo referido o ajeno al locutor, los sintagmas nominales con referencia léxica y el uso de la tercera persona gramatical. Benveniste llama a la tercera persona gramatical la *no persona*, refiriéndose a que con el uso de la tercera persona no hay referencia a los protagonistas de la enunciación. Según este punto de vista, con el uso de la tercera persona se borran los protagonistas de la enunciación. Otras marcas también claras son el uso de construcciones impersonales o construcciones pasivas sin expresión del agente.
- *La inscripción del YO*: La referencia deíctica a la persona es la más inmediata y central. La enunciación es generada por un YO y un TÚ, protagonistas de la actividad enunciativa. “Pero así como podemos considerar el YO como la forma canónica de representación de la identidad de la persona que habla —el «centro deíctico» que encontramos descrito en las gramáticas— en el uso real, la referencia deíctica a la persona que habla se ofrece de forma calidoscópica para mostrar las diferentes caras o posiciones con las que se puede mostrar o presentar el sujeto hablante. En el proceso de la enunciación se construyen al mismo tiempo el discurso y el sujeto discursivo. Este último se adapta a la situación específica de la comunicación modulando su posición a lo largo del discurso y tratando de que su interlocutor le reconozca de una manera y no de otra. Por ello, si por un lado el YO (1ª persona singular) es el deíctico que representa modélicamente a la persona que habla, en el

discurso también podemos encontrar la autorreferencia presentada con otras personas gramaticales (2ª persona singular, 3ª persona singular y 1ª persona plural).

En este punto conviene tener en cuenta la diferencia en la autopresentación en el ámbito privado y en el ámbito público. La autorreferencia en el ámbito privado es relajada y producida en un entorno conocido y tranquilizador. Ejemplo: Me siento atraída por este tipo de espectáculos (1ª persona singular). En el uso de la primera persona en público deviene un uso comprometido, imponiéndose el locutor a los demás. El uso de la segunda persona se puede utilizar para producir un efecto determinado: generalizar la experiencia enunciada e incluir al interlocutor de una forma personal y afectiva. Ejemplo: Te sientes atraída por este tipo de espectáculos.

También se da el caso en que el locutor se presenta a sí mismo con las formas pronominales como «uno/una», en concordancia con la tercera persona, con la cual se produce un efecto generalizador que incorpora al locutor a un grupo. Por eso hay un uso genérico del nosotros para representar al locutor que ocupa un lugar en el colectivo. Ejemplo: Nos sentimos atraídos/as por este tipo de espectáculos (1ª persona plural)”.

- *La inscripción del TÚ:* En el texto, el receptor se hace explícito a través de los deícticos de segunda persona (singular y plural). Pero además encontramos la *deixis social*, que han quedado codificada en formas específicas de tratamiento. “La combinación de deícticos de sujeto y de objeto, junto con la concordancia en segunda y tercera persona han actuado en la práctica de las relaciones sociales para diferenciar el trato con el Interlocutor, en los parámetros de distancia / proximidad, respeto / confianza, poder / solidaridad, formalidad / informalidad, ámbito público / ámbito privado, conocimiento / desconocimiento, etc. Al igual que el emisor, el receptor también puede ser inscrito como parte de un grupo (2ª persona plural) o también incluyendo al locutor (1ª persona plural) o con la segunda persona singular generalizadora, especialmente en el uso coloquial”.
- *La referencia léxica de persona: UNO MISMO y EL OTRO:* El Locutor puede referirse a sí mismo a través de sintagmas nominales («un servidor», «ésta que lo es», «el infrascrito», «la abajo firmante». O bien presentaciones colectivas: «este gobierno», «la empresa», «esta dirección general», «este departamento». En el caso de la referencia al otro, es muy interesante comprobar el hecho social de la *identificación*, que está acompañado de marcadores de la relación que se quiere establecer con los interlocutores. Si consideramos la manera como se instaura el Receptor, se observa que el papel social de las personas a las que nos dirigimos queda marcado asimismo a través de los nombres propios, las formas de tratamiento (nombres y adjetivos), los nombres de parentesco y los honoríficos. Hay una gran posibilidad de variación, que corresponde claramente a la combinación de la posición que ocupa el Interlocutor en la vida social y de la relación que el Locutor establece con él. La elección de elementos léxicos nominales (sustantivos y adjetivos) de tipo apelativo-relacional permite instaurar una forma de relación. Así, se consideran marcas de relación interpersonal el uso de:
 1. *Variantes de nombres propio:* Pérez, Carlos Pérez, Carlitos, Charli, «El pelos».
 2. *Tratamiento:* Señor, Señora, Seña, Señorito, Señorita.
 3. *Tratamiento cuasi prefijo:* Don, Doña.
 4. *Tratamiento por cargos:* alcaldesa, presidenta, gobernador, etc.
 5. *Tratamiento por profesiones:* arquitecto, estudiante, abogado, etc.
 6. *Apreciativo:* querido, apreciado, distinguido, estimado.
 7. *Relacional:* Ciudadano, socia, colega, cliente, compañero, novio, jefe.

8. *Parentesco*: madre, primo, abuelo, tía, hermano, nuera, suegro.
9. *Apelativos de cariño*: cariño, cielo, amor, corazón, nena.
10. *Inversiones apelativas de afecto*: chicha, cuca, titi, osito.
11. *Apelativos de afecto irónicos*: monstruo, gordo, capullo, gilipollas.
12. *Apelativos jergales*: tronco, colega, tía, tío. (CALSAMIGLIA y TUSÓN, 2002: 138-142)

Un caso especial son los honoríficos, formas de estructura de tratamiento determinadas socialmente y relacionadas con la estructura social e institucional dominante en cada época. Estos usos suelen estar sometidos a recomendaciones normativas para el uso público. De esta manera, los deícticos y nombres (sustantivos y adjetivos) forman el conjunto de *antropónimos*, *apelativos* y *vocativos* que propiamente designan a los interlocutores de la relación comunicativa en el acto de presentarse o de dirigirse unos a otros en el proceso enunciativo. Para definir otras marcas de relación interpersonal más acordes con el contexto local recomendamos ver los estudios del *Parlache* realizados por Luz Stella Castañeda y José Ignacio Henao (CASTANEDA NARANJO y HENAO SALAZAR, 2001).

En esta misma perspectiva, Calsamiglia y Tusón presentan *Los Papeles de Emisor y Receptor*, que definen a los protagonistas de la relación comunicativa, estos son:

a) *Se les ha denominado de diferentes formas según el matiz específico que se pone de relieve*: Enunciador / Enunciatario, Emisor / Receptor, Locutor / Interlocutor o Alocutario, Hablante / Oyente, Destinador / Destinatario.

b) *La caracterización real y concreta de los participantes de una interacción deberá tener en cuenta*:

- *Identidad*: atributos como origen geográfico y étnico, sexo, edad, instrucción, clase socioeconómica.
 - *Estatus social*: actividad laboral, profesión, cargo, posición en el entorno social, nivel jerárquico.
 - *Papel*: posición que adopta cada participante en una situación comunicativa particular.
- c) *La cantidad de participantes influye en el desarrollo de la interacción comunicativa*. El emisor de un mensaje ha de ser materialmente un sujeto individual. En el caso del receptor hay que tener en cuenta la cantidad de participantes.
- *El destinatario (D)*: aquel para quien está específicamente construido el texto (conocido, ratificado y apelado).
 - *El destinatario indirecto (DI)*: aquel que participa igual que el destinatario en la recepción del texto pero que no coincide con el perfil imaginado o activado por el locutor y hacia quien el mensaje no está destinado (conocido, ratificado).
 - *El oyente causal*: el que participa sin intención ni obligación previa de participar (conocido).
 - *El oyente curioso o entrometido*: el que se sitúa en una posición de oyente «espía» (ni conocido, ni ratificado, ni apelado).

El destinatario es el que ocupa un lugar más definido en relación con la construcción del texto, ya que se considera como interlocutor *preferido* a quien se dirige el enunciado. Cuando se trata de un colectivo numeroso la posibilidad de conocer individualmente a los destinatarios es prácticamente imposible pero el Locutor construye una imagen de su público y un destinatario modelo. (CALSAMIGLIA y TUSÓN, 2002:146-148)

Otros elementos que interesan son los *marcadores* y los *conectores*, piezas lingüísticas que relacionan de forma explícita segmentos textuales, sean enunciados o secuencias de enunciados, estableciendo entre ellos diversos tipos de relaciones semánticas. Ambos tienen unos rasgos propios que los caracterizan.

1. *Sus formas pueden ser variadas* ya que pueden ser piezas simples o compuestas, conjunciones, adverbios y locuciones, sintagmas nominales, verbales o preposicionales. También es común la presencia de deícticos que reafirman el papel cohesivo de estas unidades.
2. *Su función es relacionar dos enunciados o secuencias de enunciados: en otras palabras, su presencia enlaza un segmento textual previo con el siguiente, estableciendo una relación semántica.* Algunos cumplen la doble función de ser relacionantes de enunciados (en el plano local, oracional) y de relacionar conjuntos de enunciados (en el plano global, textual). Otros se usan exclusivamente como relacionantes textuales.
3. *Su finalidad discursiva se centra fundamentalmente en proporcionar cohesión y estructura, y servir de guía para la interpretación.*

En los *marcadores* predominan prácticas discursivas elaboradas y formales, en situaciones en las que el foco de atención es predominantemente referencial y en las que se necesita precisar los elementos de enlace. Estos son:

1. *Los marcadores de organización global del texto:* También conocidos como conectores metatextuales, porque se orientan al desarrollo mismo de la enunciación. Ésta se desenvuelve a partir de un inicio, un desarrollo y una conclusión y además se despliega en el espacio y en el tiempo. Por esta razón se usan las siguientes expresiones:
 - *Iniciadores:* para empezar, antes que nada, primero de todo.
 - *Distribuidores:* por un lado, por otro; por una parte, por otra; éstos, aquellos.
 - *Ordenadores:* primero, en primer lugar, en segundo lugar.
 - *De transición:* por otro lado/parte, en otro orden de cosas.
 - *Continuativos:* pues bien, entonces, en este sentido, el caso es que, a todo esto.
 - *Aditivos:* además, igualmente, asimismo.
 - *Digresivos:* por cierto, a propósito.
 - *Espacio-temporales:*
 - De anterioridad:* antes, hasta el momento, más arriba, hasta aquí.
 - De simultaneidad:* en este momento, aquí, ahora, al mismo tiempo, mientras, a la vez.
 - De posterioridad:* después, luego, más abajo, seguidamente, más adelante

- *Conclusivos*: en conclusión, en resumen, en suma, en resumidas cuentas, total.
 - *Finalizadores*: en fin, por fin, por último, para terminar, en definitiva.
2. *Los marcadores que introducen operaciones discursivas particulares*: Se sitúan generalmente en posición inicial de enunciado o como preámbulo al segundo miembro de la relación. Estos indican la posición del Enunciador ante su enunciado o el tipo concreto de tratamiento de la información:
- *De expresión de punto de vista*: en mi opinión, a mi juicio, a nuestro entender, desde mi punto de vista, por lo que a mí respecta.
 - *De manifestación de certeza*: es evidente que, es indudable, todo el mundo sabe, nadie puede ignorar, es incuestionable, de hecho, en realidad.
 - *De confirmación*: en efecto, por supuesto, desde luego, por descontado, efectivamente.
 - *De tematización*: respecto a, a propósito de, por lo que respecta a, en cuanto a, referente a, en lo que concierne.
 - *De reformulación, explicación o aclaración*: esto es, es decir, en otras palabras, quiero decir, o sea, a saber, bueno, mejor dicho.
 - *De ejemplificación*: por ejemplo, a saber, así, en concreto, sin ir más lejos.
3. *Los marcadores del discurso llamados conectores*: Sirven para poner en relación lógico-semántica segmentos textuales, sean enunciados o conjuntos de enunciados. Estos son fundamentalmente:
- *Adictivos o sumativos*: [conexión A+B] Con estos el texto avanza en una misma línea (y, además, encima, después, incluso; igualmente, asimismo, también, tal como, del mismo modo, ni, tampoco).
 - *Contrastivos o contraargumentativos*: [conexión A-B] El texto cambia de orientación con relación al segmento anterior, de forma total o parcial (Oposición: pero, en cambio, sin embargo, ahora bien. Sustitución: sino, el lugar/vez de, por el contrario, antes bien, contrariamente. Restricción: excepto sí, a no ser que. Concesión: de todos modos, sea como sea, en cualquier caso, a pesar de, no obstante, con todo, aun así, después de todo, así y todo, con todo).
 - *De base causal*:
 - Causativos*: introducen la relación de causa entre segmentos textuales (a causa de ello, por eso, porque, pues, puesto que, ya que, dado que, por el hecho).
 - Consecutivos*: introducen la consecuencia entre segmentos textuales (de ahí que, pues, luego, por eso, de modo que, así que, así pues, por lo tanto, de suerte que, por consiguiente, en consecuencia, en efecto, entonces).
 - Condicionales*: introducen la causa hipotética en el primer segmento, y en el segundo se introduce con un conector consecutivo (sí, con tal de que, cuando, en el caso de que, según, a menos que, siempre que, mientras, a no ser que, siempre y cuando).
 - *inales*: introducen la causa como meta o propósito que se persigue (para que, a fin de que, con el propósito / objeto de, de tal modo).
 - *Temporales*: Introducen relaciones temporales (cuando, de pronto, en ese momento, entonces, luego, más tarde, mientras tanto, una vez, un día, en aquel tiempo).
 - *Espaciales*: Introducen relaciones espaciales (enfrente, delante, detrás, arriba, abajo, detrás, al fondo, a la derecha, a la izquierda, a lo largo, por encima).

Existe un grupo de marcadores que aparece exclusivamente en el discurso espontáneo, en situaciones en las que la expresividad es lo más adecuado, la inmediatez enunciativa un reto psicocognitivo y la apelación al interlocutor una necesidad. Este tipo de marcadores obedece más al orden del discurso oral, razón por la cual solo los enunciaremos.

- *Marcadores interactivos*: Se generan por la necesidad de lograr la cooperación, el seguimiento, la atención, el acuerdo o la confirmación del contenido transmitido.
- *Marcadores estructurados del discurso oral*: no se orientan sólo a lograr el control del hilo discursivo oral, sino a que el interlocutor siga y respete su turno. Estas expresiones pueden perder su sentido original y convertirse fácilmente en elementos de relleno que se van repitiendo. (CALSAMIGLIA y TUSÓN, 2002: 245-250).

En el campo de los recursos expresivos se encuentran antecedentes valiosos para el análisis del texto escrito. La *figura* es entendida como el esquema de combinación de elementos lingüísticos o de sentido que provocan un efecto estético y persuasivo en el receptor. Desde la Retórica clásica ha habido inventarios y clasificaciones de las figuras. De entre las propuestas contemporáneas representativas se pueden consultar la de Lausberg y la del Grupo μ , que Mortara Garavelli reproduce en su obra de síntesis. Para la construcción de las figuras se emplean recursos basados en la adición (repetición), en la supresión (elipsis o elisión), en la permutación o en la sustitución y han sido estudiadas en obras como las de Mortara Garavelli (1988), Albaladejo (1989), Reboul (1991) o Robrieux (1993), entre muchas otras, donde se pueden encontrar inventarios de sus categorías y comentarios reflexivos sobre los diversos procedimientos retóricos en el uso cotidiano y general de la lengua, además del literario; también se pueden consultar obras en que la retórica se aplica al discurso publicitario (Sánchez, 1991; Ferraz, 1993; Lomas, 1996) o a los medios de comunicación (Teruel, 1997). Aquí nos limitaremos a enumerar algunas figuras con el ánimo de presentar de forma simplificada y ejemplar un modo de identificar los recursos retóricos utilizados en los textos más habituales en nuestro entorno. Los ejemplos literarios son casi inexistentes por ser su ámbito el que más se ha estudiado. Para organizar su presentación seguiremos a Robrieux, que distingue entre cuatro tipos de figuras.

1. *Las Figuras de Palabras*: se elaboran mediante operaciones que se aplican al nivel fónico / gráfico, morfológico o léxico de palabras relacionadas entre sí en su disposición lineal. Entre las figuras de palabras encontramos: rima (consonante o asonante), aliteración, paronomasia, juegos ortográficos, reduplicación, anáfora, anadiplosis, epanadiplosis, antanaclasis, dilogía, permutación, poliptoton, supresión.
2. *Las Figuras de Construcción*: se basan en procedimientos que afectan a la sintaxis mediante la supresión de elementos o introduciendo disrupciones en el orden canónico de la frase, y repetición del mismo esquema o estableciendo simetrías. Elipsis y asíndeton, paralelismo, antítesis, enumeración, gradación, polisíndeton, redundancia, reformulación y pleonasma son un claro ejemplo de ellas.
3. *Las Figuras del Pensamiento*: juegan con los conceptos representados por palabras pero también operaciones más complejas y macroestructuras basadas en relaciones entre ideas y en otras operaciones cognitivas. Se desarrollan en un espacio mayor, sin depender de procesos formales o semánticos precisos. Ellas son: Paradoja (oxímoron, antilogía), hipérbole, lítotes, antífrasis, eufemismo, procedimientos de decir y no decir (preterición).
4. *Las Figuras de Sentido (Tropos)*: están relacionadas estrechamente con los procesos de significación por analogía o por otros tipos de relación entre los rasgos de un objeto. La imagen o la comparación, junto con mecanismos más complejos como la metáfora y la metonimia, constituyen las figuras que asocian o ponen en contacto dos mundos, dos objetos o partes de éste, para lograr un efecto determinado: divertir, definir, dar a entender, sorprender, cautivar. Entre los tropos tenemos: Metáfora, Metonimia, Sinécdoque, Ironía. (CALSAMIGLIA y TUSÓN, 2002: 341-350):

Una explicación detallada acompañadas de ejemplos acerca de cada una de estas figuras, se pueden observar en el *Manual de Código* de la Unidad Cuatro.

Si bien las propuestas de Helena Calsamiglia y Amparo Tusón (2002), siguen vigentes y están técnicamente fundamentadas, no debemos dejar de lado los aportes de Jan Renkema (1999), quien define una estructura de análisis desde los aspectos de forma y función del texto escrito. Según el autor: “En términos sencillos, un discurso, y especialmente un texto, consiste en una secuencia de oraciones o emisiones habladas conectadas entre sí (la forma) por medio de la cual un emisor comunica un mensaje a un receptor (la función)”. (RENKEMA, 1999:49-59).

El autor formula los siguientes siete criterios de textualidad:

1. La cohesión: es la conexión que surge cuando la interpretación de un elemento del texto depende de otro elemento dentro de este. Consideremos el siguiente ejemplo: “La tienda ya no vende figuras de porcelana”.

Solía hacerlas, comentó el hombre detrás del mostrador, pero no las pedían mucho. Desde que el negocio había optado por el plástico, las ventas iban mucho mejor. La interpretación de "las" depende de "figuras de porcelana". El significado de "solía hacerlo" depende de

"vender figuras de porcelana". La palabra "plástico" sólo puede interpretarse completamente en relación con "figuras (de porcelana)". La cohesión se refiere a la conexión que existe entre los elementos del texto.

La cohesión se presenta en cinco tipos:

1.1. Sustitución: es el reemplazo de una palabra o grupo de palabras, o de un segmento de oración por una palabra "comodín". El lector u oyente puede completar el elemento correcto basándose en lo precedente.

1.2. Elipsis: es la omisión de una palabra o de parte de una oración, y está estrechamente vinculada con la sustitución. La elipsis puede describirse como la "sustitución por el elemento cero". En el caso de la elipsis, la división que se utiliza normalmente es la misma que la que se aplica a la sustitución: nominal, verbal y proposicional.

1.3. Referencia: el acto de referirse a un elemento anterior o posterior, manifiesta relación semántica. La sustitución y la elipsis tratan de la relación entre unidades gramaticales: palabras, partes de oraciones y proposiciones. En el caso de la Referencia, el significado de una palabra "comodín" puede determinarse por lo que se imparte antes o después de la aparición de esta palabra. En general, la palabra "comodín" es un pronombre.

1.4. Conjunción: es una relación que indica la manera en la que la oración o proposición siguiente debe vincularse con la oración o parte de oración anterior o posterior. Esto habitualmente se logra por medio del uso de conjunciones. Los siguientes son ejemplos de tres relaciones que se producen con frecuencia: adición, causalidad, temporalidad.

- *Adición:* Además de ser ruin, también es resentido.
- *Causalidad:* El hoy no va a la escuela porque está enfermo.
- *Temporalidad:* Después que repararon el automóvil, pudimos continuar nuestro viaje.

1.5. Cohesión léxica: no se refiere a las conexiones gramaticales y semánticas sino a las conexiones basadas en las palabras empleadas. Pueden distinguirse dos tipos de cohesión léxica: reiteración y colocación.

- *La reiteración:* incluye no solamente la repetición sino también la sinonimia. Puede darse también a través del uso de una palabra que se vincula sistemáticamente a otra anterior. La reiteración se divide en los siguientes cinco tipos: repetición, sinonimia, hiponimia (v.g. la relación de "flor" con "tulipán"), metonimia (la parte y el todo), antonimia (v.g. "blanco" por oposición a "negro")
- *La colocación:* el segundo tipo de cohesión léxica, se refiere a la relación entre las palabras, las cuales a menudo se dan en los mismos entornos. Algunos ejemplos son: "oveja" y "lana", "congreso" y "político" o "escuela" y "alumno".

En los cinco tipos principales de cohesión (sustitución, elipsis, referencia, conjunción y cohesión léxica), la interpretación de un elemento del discurso depende de otro elemento que puede señalarse dentro del discurso.

2. La coherencia: es la conexión que produce algo fuera del texto. Este "algo" es habitualmente el conocimiento que se supone que tiene el oyente o lector. El siguiente ejemplo no es problemático en términos de cohesión a pesar de que las oraciones apenas parecen estar vinculadas:

El procedimiento es en realidad bastante simple. Primero se organizan las cosas en distintos grupos. Por supuesto, una pila puede ser suficiente dependiendo de cuánto haya que hacer. Si necesita trasladarse a otro lugar por no disponer de las instalaciones, ese será el siguiente paso; de otra manera ya está listo para empezar (...) Luego de que el procedimiento esté terminado, debemos organizar nuevamente los materiales en distintos grupos. Luego podemos ponerlo s en su correspondiente lugar. Eventualmente volverán a ser usados y tendrá que repetirse el ciclo completo. Sin embargo, esto es parte de la vida. Este pasaje aparentemente inarticulado se transforma en coherente cuando se aplican al texto ciertos conocimientos sobre el mundo.

3. La intencionalidad: significa que los autores y hablantes deben tener la intención consciente de lograr objetivos específicos con su mensaje y transmitir información o refutar una opinión. Cuando no se asigna ninguna intención, la secuencia de palabras se transforma en el equivalente a una página de palabras al azar, no muy distinta de las prácticas de caligrafía de los alumnos en la escuela primaria.

4. La aceptabilidad: exige que una secuencia de oraciones sea aceptable para la audiencia destinataria a fin de ser considerada como un texto.

5. La informatividad: es necesaria en el discurso. Un texto debe contener información nueva. Si un lector sabe todo lo que contiene el texto, este no califica como tal. Así, si un lector no comprende lo que está en el texto, este tampoco califica como tal.

6. La situacionalidad: es esencial para la textualidad. Por lo tanto, es importante tener en cuenta la situación dentro de la cual el texto es producido y considerado. El reconocimiento de la intencionalidad, la aceptabilidad y la informatividad dependen del observador. Es concebible que dentro de los límites de los criterios de situacionalidad, el siguiente ejemplo pueda verse como un fragmento de texto aceptable e informativo: Shakespeare escribió más de 20 obras de teatro. ¿Cenarías conmigo esta noche?

7. La intertextualidad: significa que una secuencia de oraciones se relaciona por forma o significado con otra secuencia de oraciones. Este capítulo constituye un texto porque se relaciona con los otros capítulos de este libro. Y este libro es un texto porque integra el grupo de los textos introductorios académicos. Un ejemplo de intertextualidad en la que dos secuencias se relacionan por significado lo constituye un boletín informativo sobre un tema que ya ha sido tratado durante el noticiario.

De otros autores se conocen los avances sobre los diferentes tipos de argumentos. F. Van Eemeren y Otros (2000) expusieron las claves para la composición de argumentos mediante el uso de ejemplos, analogías, deducciones, etcétera, expuestas por Anthony Weston (1994). Del mismo modo como es necesario ocuparse de la forma (morfograma y diagramación), se debe tratar la función de los argumentos seleccionados, o lo que es lo mismo, las diferentes estructuras argumentativas entre las que se destacan el *Punto de Vista*

o *Conclusión*, el *Garante*, la *Fundamentación*, la *Concesión* y la *Refutación* (Díaz, 2002).⁹ También, conviene tener en cuenta algunos aspectos de la teoría de los *Actos del Habla* de Searle y la teoría de las *Máximas Conversacionales* de Grice. Una buena explicación de estas teorías se puede obtener a partir de las reflexiones hechas por Gijs Mulder (1993).

Gijs Mulder (1993:190) —basado en la teoría de los *Actos de Habla Indirectos* expuestos en la década del setenta por Searle—, y la *Sistemática de las Formas* explica cómo en los argumentos deben cumplirse ciertas condiciones, como:

- *Condición Preparatoria*: en la que “el oyente es capaz de realizar la acción deseada”.
- *Condición de Contenido Proposicional*: en la que “el hablante predice una acción futura del oyente”.
- *Condición de Sinceridad*: en la que “el hablante quiere que el oyente realice la acción deseada”.
- *Condición Esencia*: en la que “el acto de habla es un intento de conseguir que el oyente realice la acción deseada”.

Las reglas para que estos Actos de Habla Indirectos cobren sentido, están definidas por la invocación, es decir, el deseo de cumplir con el objetivo previsto, la instauración de un orden lógico por parte de una persona indicada, y la intención de los participantes por hacer que este objetivo se cumpla o fracase premeditadamente.

Para realizar una evaluación los investigadores deben identificar también los elementos coherentes, o que guarden una dependencia lógica con el argumento general, así como los elementos que son irrelevantes dentro de la lectura. Seis principios, tres obligatorios y tres opcionales, son los rudimentos necesarios para el análisis de los argumentos (DÍAZ, 2002:63).

PRINCIPIOS OBLIGATORIOS

1. *Punto de Vista o Conclusión (P)*: es, de forma explícita o implícita, la idea central de un argumento. Dicho principio está caracterizado por conectivos como: luego, por tanto, en consecuencia, de ahí que, por consiguiente, de modo que, en conclusión, por eso, entre otros. Según Alvaro Díaz (2002:65): En el Punto de Vista o Conclusión se debe responder a preguntas como:

⁹ El enfoque que le da Álvaro Díaz a su trabajo sobre la argumentación se inspira fundamentalmente en los modelos argumentativos desarrollados por Chaïm Perelman y Stephen Toulmin y sus colaboradores Janick y R. Rieke.

- ¿Cuál es la opinión que defiende el autor en su argumento?
- ¿De que cosas nos pretende persuadir?
- ¿Qué es lo que el autor desea demostrar?
- ¿Cuál es la conclusión que el autor ha sacado sobre el tópico en discusión?

2. *Fundamentación (F)*: entendida como las razones, motivos, justificaciones o respaldos que sustentan el argumento. El propósito de la fundamentación es alcanzar la confianza y aceptación del destinatario. La persuasión del argumento se logra sólo si el auditorio —en nuestro caso los lectores de periódicos y revistas— está de acuerdo con las razones expuestas por quien emite el mensaje o está propenso a estarlo en corto tiempo. Algunos de los conectivos que caracterizan el principio de (F), son: *toda vez que, porque, ya que, puesto que, a causa de que, por esta razón, dado que, en vista de que, lo que es más y no obstante* (DÍAZ, 2002:66). El cuestionario que se emplea para corroborar el principio de Fundamentación, está caracterizado por los motivos, las razones, las apreciaciones, los hechos y las experiencias que ilustran la posición de quien está argumentando.

- ¿Qué lo motiva a pensar así?
- ¿Qué razones tiene a favor de esa posición?
- ¿En que apoya su apreciación?
- ¿Qué hechos ilustran su apreciación?
- ¿Qué experiencias le permiten ilustrar su posición?

3. *Garante (G)*: es el principio cuya validez se presume aceptada por parte de los miembros de una sociedad. El Garante se establece entre el punto de vista y la fundamentación de un argumento. Puede aparecer de forma implícita o explícita, sin embargo, en la mayoría de argumentos no se expresa porque resulta demasiado obvio. El Garante, según Oswald Ducrot (1988), reúne tres características: “...se utiliza como si fuese compartido por los interlocutores, se basa en algún principio general y es de carácter gradual”. (DÍAZ, 2002:78). Existen diferentes tipos de garantes basados en el ethos o credibilidad de la fuente, en los efectos y emociones del destinatario (pathos) y en hechos o situaciones. Los interrogantes a los que responde este principio son:

- ¿En que principio razonable se apoya la relación entre (P) y (F)?
- ¿Cuál es el nexo que existe entre (P) y (F)?

PRINCIPIOS OPCIONALES

4. *Conclusión (Cd)*: “Dicha restricción considera el alcance y la validez de los argumentos, ya que existen determinadas circunstancias que, de no mencionarse, lo invalidarían”. (Díaz, 2002:65).

5. *Concesión (K)*: el principio general que rige la Concesión, consiste en reconocer que se conoce la posición argumentativa, pero que se está en contra de ella por lo limitado de sus consideraciones. La estrategia reside en proponer un juego limpio, en el que el destinatario no salga afectado.

6. *Refutación (R)*: la Refutación sirve para invalidar o controvertir racionalmente la Concesión. Para tal motivo, es necesario conocer ampliamente el tema y actuar de dos maneras posibles, unilateral o bilateralmente. En el primer caso, si el argumento fuera unilateral, se estaría ignorando de estrada el o los argumentos contrarios. En cambio, si se actuara bilateralmente, se reconocería la existencia de argumentos contrarios a los que se trataría de defender.

Continuamos con la explicación de algunos tipos de argumentos definidos por Anthony Weston (1994). Según el autor, las reglas que rigen los argumentos no son arbitrarias, tienen un fin específico. No obstante, “...son muchos los que transcriben elaboradas afirmaciones de sus opiniones, pero no ofrecen ninguna autentica razón para pensar que sus propias opiniones son las correctas. Escriben un ensayo, pero no un ensayo basado en argumentos”. (Weston, 1994:15).

A continuación, citaremos algunos de los criterios que debemos tener en cuenta para que un argumento nos satisfaga.

- *Citar fuentes apropiadas*. Este factor contribuye a mostrar la fiabilidad, y orientar al lector para que indague por sus propios medios.
- *Las fuentes tienen que ser cualificadas para hacer las afirmaciones que realizan*. Según Weston (1994:58): “Un argumento debe explicar brevemente el fundamento o la información de una autoridad, cuando no resultan claros de inmediato”.
- *Verificar la imparcialidad las fuentes*.

Los Argumentos Deductivos se distinguen porque la verdad de sus premisas garantizan la veracidad de sus conclusiones. Existen seis formas deductivas que facilitan la identificación de los argumentos de este tipo.

- *Modus Ponens*. Significa “el modo de poner”, y funciona sólo si se defienden dos premisas validas y se argumentan de forma clara y separada desde el inicio.
- *Modus Tollens*. Significa “el modo de quitar”, y representa la negación de una de las premisas.
- *Silogismo Hipotético*. Es válido para cualquier número de premisas. Esta forma deductiva ofrece un buen modelo para explicar las conexiones entre causa y efecto, es decir, los pasos intermedios que se dan entre una y otra.
- *Silogismo Disyuntivo*. Se presenta cuando una de las dos premisas es válida, pero no ambas.
- *Dilema*. Es propia de los casos en los que se presenta confusión al tener que escoger una sola alternativa entre dos proposiciones posibles.

Reductio ad absurdum. Quiere decir “Reducción al absurdo”, y se da en aquellos casos en los que la negación conduce al absurdo.