

TIPOLOGÍA TEXTUAL

(Apoyo a los temas 5, 6 y 7 del libro de texto)

La tipología textual viene definida por la finalidad comunicativa y expresiva que persigue el texto. De esta forma existirían tantos tipos de texto diferentes como finalidades expresivas posibles. Sin embargo, suelen diferenciarse tradicionalmente, a grandes rasgos, 6 tipos de texto distintos:

- Textos científico-técnicos (Tema 5)
- Textos jurídico-administrativos (Tema 5)
- Textos humanísticos (o ensayísticos) (Tema 5)
- Textos literarios (Tema 7)
- Textos periodísticos (Tema 6)
- Textos publicitarios (Tema 6)

Ya hemos dicho que cada una de estas modalidades persigue unos objetivos diferentes en la comunicación. Estos objetivos se consiguen mediante la utilización de unos rasgos lingüísticos característicos. De esta forma, la tipología de un texto viene determinada, en la práctica, por el uso de unos rasgos concretos que hay que analizar para justificar la naturaleza de un texto concreto.

1. TEXTOS CIENTÍFICO - TÉCNICOS

Finalidad comunicativa: Transmisión clara, informativa y didáctica de contenidos técnicos o científicos, de cualquier rama del saber. Estos textos buscan la corrección, la precisión y la claridad por encima de todo. Su comprensión puede verse limitada solamente por el hecho de que en ocasiones vayan dirigidos a especialistas o iniciados en una materia, de forma que se presuponga en el receptor ciertos conocimientos previos. Expresan contenidos de validez universal, objetivos y verificables.

Esta finalidad comunicativa se explicita en los siguientes **rasgos lingüísticos**:

- Uso de tecnicismos: Buscando la precisión y la claridad. Los tecnicismos son palabras monosémicas y no dan pie a dobles interpretaciones ni sentidos figurados. Además, los tecnicismos suelen formar campos semánticos concretos referidos a determinadas ramas del saber. Se forman con raíces cultas y mediante acronimia o préstamos de otras lenguas. En relación con este rasgo podemos añadir la presencia de fórmulas, símbolos y números en estos textos, que sirven para hacer verificables y demostrables los conceptos que se transmiten.
- Uso de oraciones enunciativas y definiciones: Con el objetivo de transmitir una información y unos conceptos de la forma más clara posible y con un afán didáctico. En la definición resulta lógico el uso abundante de los verbos copulativos, sobre todo del verbo ser. En esta línea, se añade a estos dos rasgos el uso de estructuras sintácticas explicativas y especificativas, subordinadas adjetivas, incisos entre paréntesis, enumeraciones, complementos de nombre... Asimismo, también resultan características las oraciones subordinadas adverbiales causales, consecutivas y finales, para expresar relaciones de causa y efecto.
- Uso de oraciones y estructuras impersonales formales (pasivas reflejas, impersonales reflejas, eventuales, sujetos en 1ª persona de plural –plural de modestia–...): Todas estas estructuras de carácter impersonal, se utilizan con el fin de diluir el sujeto, buscando la objetividad.
- Uso de artículos determinados con valor generalizador y del presente gnómico (se llama presente gnómico al uso del presente de indicativo con valor universal, proyectable temporalmente al pasado, al presente y al futuro). Los dos rasgos sirven para dotar de un carácter universal al texto.
- Los textos científico-técnicos suelen presentar una estructura fundamentalmente descriptiva y rígida: planteamiento del tema o los conceptos y desarrollo o demostración (o causas y consecuencias) de los mismos.

2. TEXTOS JURÍDICO – ADMINISTRATIVOS.

Finalidad comunicativa: El lenguaje jurídico – administrativo es el utilizado en los textos que amparan la vida social y que por ello están relacionados con algunos de los poderes del estado. Expresan leyes, sentencias, decretos, contratos, resoluciones... La propia Constitución sería un texto jurídico – administrativo. Es necesario, por su aplicación a los intereses sociales y comunitarios, que sea un lenguaje preciso y objetivo, y con valor generalizador. Asimismo, para garantizar el buen funcionamiento social (último objetivo de estos textos) es necesario cierto carácter impositivo o exhortativo, reflejo de la autoridad que los caracteriza.

Además, el lenguaje jurídico, propio del ámbito del derecho, crea una jerga profesional de un nivel culto y formal, que agrupa a su vez a una clase socio-profesional cerrada y restrictiva, poco proclive a los cambios. Esto produce cierta opacidad y tendencia al arcaísmo que caracteriza al lenguaje jurídico.

Rasgos lingüísticos:

- Uso de fórmulas solemnes, jurídicas y de tratamiento: Son expresiones hechas, en su mayoría anquilosadas por el uso y tendentes al arcaísmo. Se usan, a veces, como una forma de representar a la autoridad (títulos, categorías sociales o gubernamentales...)
- Rasgos generalizadores e impersonales: el uso de la 3ª persona de singular referida a la 1ª, alusiones del tipo “el demandante”, “las partes”...,
- Estructuras y expresiones arcaicas: acercamiento al latín. El latín es la lengua de base del derecho en el mundo occidental (derecho romano) y muchos de los textos que fundamentan el derecho actual son latinos. Por tanto, no es extraña su influencia muy directa en el lenguaje jurídico, que se demuestra en el uso de cultismos, prefijos y sufijos latinos, estructuras sintácticas complejas con abundancia de subordinadas, latinismos puros, abundancia de participios de presente (*-nte*), futuro de subjuntivo (“si *hubiere* alguna causa...”), posposición de los pronombres átonos enclíticos (“*fijárse*...”), locuciones preposicionales anticuadas (“*so pena de*...”)
- Estructuras sintácticas que expresen relaciones lógicas (causales, condicionales, de oposición, explicativas, consecutivas...) o que busquen la precisión (subordinadas adjetivas especificativas).
- Carácter regulador e imperativo: Modos imperativo y subjuntivo en los verbos, Futuro con valor de obligación (“*Se presentarán* todos los solicitantes...”), Perífrasis de obligación (deber + infinitivo, haber de + infinitivo, tener que + infinitivo), oraciones enunciativas y exhortativas.

3. TEXTOS HUMANÍSTICOS

Finalidad comunicativa: Los textos humanísticos recogen lo relacionado con las llamadas disciplinas humanísticas, es decir, las especialidades cuyo propósito es estudiar aspectos relacionados con el espíritu del hombre (psicología, filosofía, pedagogía, sociología, política, costumbres y folklore, arte y estética...). Construyen sus contenidos gracias a la reflexión, sus contenidos tienen una gran carga subjetiva y de opinión personal, se manejan conceptos más abstractos que concretos, tienen una carácter teórico, especulativo y mutable.

Rasgos lingüísticos:

- La estructura fundamental que se utiliza es la exposición de opiniones y la argumentación de las mismas: estructura deductiva, inductiva, circular, en paralelo... En relación con este fin, se usa la ordenación lógica de las ideas: estructuras causales, concesivas, explicativas, adversativas...
- Apelaciones al lector, con el fin de captar su atención y, sobre todo, su adhesión a las opiniones expuestas: vocativos, 2ª persona, 1ª persona del plural incluyendo al receptor.
- Subjetividad y opinión personal: Se expresa mediante la 1ª persona, el vocabulario connotativo (sociocultural y vivencial del autor). Es importante cuidar el estilo personal del autor, lo cual queda reflejado en la riqueza de vocabulario, en los recursos estilísticos, en los epítetos, juicios valorativos, defensa de determinadas posturas ideológicas o corrientes de pensamiento...etc.
- El vocabulario tiene una importante carga polisémica; el significado de los términos varía en función del contexto, incluso puede jugar con la ironía y los juegos de palabras. Abundancia de términos abstractos.

4. TEXTOS LITERARIOS.

Finalidad comunicativa: El lenguaje literario tiene siempre una finalidad estética y no persigue por ello una finalidad práctica inmediata; lo que provoca una serie de características tales como la literalidad, la sugerencia, la innovación, la ambigüedad y la recreación de la realidad desde el punto de vista del autor. (Ref. pags. 148-149 libro de texto). Los textos literarios cumplen la función poética del lenguaje y son esencialmente connotativos y subjetivos, abriendo una amplia posibilidad de interpretación donde entran en juego las propias experiencias del lector.

Además, un texto literario suele inscribirse a su vez dentro de un género determinado: Narrativa, Lírica, Drama o Ensayo. (Pgs. 150 y siguientes del libro de texto)

Rasgos lingüísticos:

- Se utiliza un código lingüístico especial caracterizado en los **RECURSOS ESTILÍSTICOS** (Pgs. 155, 156, 157 libro de texto). Son éstos los que, en la práctica, de uno u otro modo consiguen la expresión de las características antes mencionadas.
- En el género **narrativo** se produce **el relato de unos hechos**. Es importante comentar el punto de vista del narrador: si es 1ª o 3ª persona, si es o no un personaje de la historia, si es un narrador – testigo, si es un narrador omnisciente... Además de la estructura cronológica de la historia y la ambientación.
- En el caso de la **lírica**, suele darse una **expresión de vivencias** donde lo importante es el **mundo interno del autor** que queda reflejado en el poema, a través de símbolos, imágenes, ... Es importante detectar esa 1ª persona: quién es, cómo siente y piensa, qué le preocupa, cómo aborda los temas...
- En el **drama**, los hechos se relatan de forma directa. Lo característico es la 2ª persona, que queda expresada mediante el **diálogo** de los personajes. El lector – espectador juzga los hechos a través de **la actuación y las palabras directas de los personajes**, sin que medie la voz de ningún narrador.

5. TEXTOS PERIODÍSTICOS.

Finalidad comunicativa: Los textos periodísticos tienen objetivos claros: **Informar y Formar**. La información es la razón de ser del periodismo. Asimismo, los medios de comunicación social tienen en sus manos la opinión pública y por tanto buscan también formar la opinión de los lectores. De este modo existen 3 géneros diferenciados que engloban a los distintos tipos de textos periodísticos (definidos en páginas 129 – 132 del libro de texto):

- **Géneros de información:** La noticia, el reportaje y la entrevista. Deben ser objetivos.
- **Géneros de opinión:** La columna, el editorial, los artículos de colaboración, las cartas al director, las tiras cómicas. Son eminentemente subjetivos.
- **Géneros mixtos:** La crónica, la crítica. Mezclan la información y la opinión personal.

Rasgos lingüísticos:

- En general los textos periodísticos deben buscar la **claridad y la sencillez** en el vocabulario y as estructuras sintácticas, la **brevedad** en el lenguaje, y la **corrección** gramatical. Todo ello debido a que llegan a un público muy numeroso y heterogéneo.
- En los géneros informativos, es importante el rasgo de la **impersonalidad**.
- Los **titulares** buscan captar la atención del lector y transmitir de forma rápida y sintética un contenido amplio. Prima el principio de economía del lenguaje, omitiendo artículos, preposiciones, conjunciones, verbos copulativos, el verbo “haber”,... y predominando siempre los sustantivos, adjetivos y verbos. En ocasiones se busca mediante el estilo de los titulares el sensacionalismo o la manipulación de la información, creándose lo que se llaman “titulares engañosos”.
- En el **cuerpo de los textos**, los rasgos varían en función de que se trate de un género informativo o de opinión, sobre todo en lo que afecta a la objetividad y la subjetividad. En general puede observarse:
 - ✓ un estilo al alcance de la base lingüística mayoritaria
 - ✓ giros sintácticos que anteponen los hechos a quien los realiza
 - ✓ construcciones impersonales
 - ✓ uso del llamado Condicional de rumor (incorrección gramatical): “El presidente *sufiría* un cáncer”
 - ✓ referencias constantes a conceptos mencionados con anterioridad (mediante pronombres muchas veces)
 - ✓ formulismo (expresiones establecidas e invariables para ciertos conceptos o situaciones)
 - ✓ eufemismos y lenguaje políticamente correcto
 - ✓ préstamos, sobre todo anglicismos, incluidos los “falsos amigos”
 - ✓ neologismos y acrónimos
 - ✓ expresiones hiperbólicas
 - ✓ campo semántico bélico, fundamentalmente en temas deportivos y políticos
 - ✓ metáforas

6. TEXTOS PUBLICITARIOS.

Finalidad comunicativa: Los textos publicitarios tienen la casi exclusiva misión de convencer al lector. El texto publicitario vende no sólo un producto, sino también unos valores, un estilo de vida, una forma de ser y de pensar... Para ello se vale de lo que conocemos como "ruido significativo", todos los elementos que acompañan al mensaje principal de un anuncio y que distraen nuestra atención hacia otros mensajes secundarios. La publicidad responde al principio de economía del lenguaje y cumple, ante todo, una función fática (captar la atención) y conativa (búsqueda de una respuesta). En torno a estos objetivos se manejan todos los rasgos y elementos propios de los textos publicitarios.

Rasgos característicos:

- No se utiliza solamente el código lingüístico. Se incluye el código de la imagen simultáneamente. La imagen puede repetir el mensaje del texto (función identificadora) o plantear una incógnita sobre la relación entre el texto y la imagen (función de intriga). Asimismo, el texto puede precisar el significado de la imagen (función de anclaje) o abrir todo un campo de posibilidades interpretativas (función complementaria). En este sentido se produce a veces, deliberadamente, incoherencia semántica, lo que impacta porque crea desconcierto.
- Hay que considerar los elementos tipográficos: tamaño de la letra, color, forma...
- Respecto al propio código lingüístico, en publicidad se juega con todos los elementos que puedan provocar sensaciones o respuestas de cualquier tipo. Muchos de los rasgos propios de este lenguaje son los recursos literarios, aplicados en cada nivel del lenguaje (fónico, morfo-sintáctico y léxico). Algunos muy habituales son:
 - ✓ Nivel fónico: utilización de fonemas extranjeros, combinaciones fonéticas inusuales, rima, onomatopeyas, paronomasias, aliteraciones...
 - ✓ Nivel morfo – sintáctico: Ruptura de la disciplina gramatical del lenguaje escrito, artículo con valor generalizador, adjetivo sensacionalista, estructuras simples, coordinadas o yuxtapuestas, oraciones imperativas, interrogativas o exclamativas, hipérbaton, omisión de palabras, sobre todo de artículos, conjunciones, pronombres..., paralelismos.
 - ✓ Nivel léxico – semántico: Extranjerismos, neologismos, metáforas ingeniosas e inusuales, sinestesia, antonomasia, personificación, metonimia, paradoja, hipérbole, léxico del campo semántico de lo emotivo, lo selecto, la modernidad, la aventura, el sexo, el prestigio... todo lo sugerente y connotativo.