

CONCEPTO DE TEXTO Y PROPIEDADES

Concepto de texto

El **origen etimológico** del término texto proviene de **TEXTUM**, 'tejido'. Un texto, por tanto, es un tejido en el que todos sus **componentes están cosidos o unidos** formando un todo. Dicho de un modo más preciso: el texto es una **unidad lingüística total y máxima de comunicación**, compuesta de enunciados (secuencias con sentido e independencia sintáctica) que debe tener un **sentido unitario**, una determinada **estructura** y una **intención**, todo ello dentro de un contexto determinado.

Un texto puede estar formado por una sola oración, incluso por una sola palabra, y puede ser todo un voluminoso libro; pero lo normal es que se presente **formado por secuencias lingüísticas menores**, como son las oraciones y los párrafos. Con todo, nos podemos encontrar con **textos muy diversos**: un poema o una novela, un artículo periodístico o un capítulo de un manual de Biología. Cualquier **manifestación verbal intencionada y con sentido completo** que se produzca **en una situación comunicativa** concreta es un **texto**.

Clasificación de los textos

Se pueden establecer distintas **clases de texto** atendiendo a **diversos criterios**. Según **el canal de transmisión**, por ejemplo, podemos distinguir los **textos orales**, de carácter efímero, espontáneo, con mayor carga emotiva y con posibilidad de respuesta; de los **textos escritos**, que tienen un carácter durativo y no inmediato, por lo que su elaboración es más precisa.

Según **el registro** empleado, el texto puede variar en función de la intención del emisor, de la relación de éste con el receptor, del tema y de la forma de transmitir el mensaje. Tenemos por un lado **textos formales**, en los que se emplea un lenguaje elaborado y un vocabulario preciso; y por el otro **textos informales**, en los que se usa la lengua de manera menos cuidada y más espontánea. Se caracterizan por la utilización de recurrencias, coloquialismos y elementos deícticos.

Según **la organización de los contenidos** del texto tenemos diferentes *modalidades textuales*, que son los modos de expresión que el hablante emplea para configurar su discurso. Son **la narración**, en la que se relatan sucesos reales o ficticios; **la descripción**, que presenta a alguien o algo haciendo referencia a sus formas y a sus cualidades; **el diálogo**, en el que se reproduce una conversación entre dos o más interlocutores; **la exposición**, en la que se explica de manera objetiva un asunto con intención informativa; y **la argumentación**, que ofrece una visión subjetiva sobre un tema con el propósito de influir en el receptor.

Y por último, podemos clasificar los textos según **el lenguaje utilizado**. Así, podemos distinguir textos **científicos**, en los que se aplican técnicas de síntesis y análisis mediante un lenguaje objetivo; los textos **humanísticos**, en los que se argumenta mediante un lenguaje claro y no exento de subjetividad; los textos **literarios**, en los que se hace un uso retórico del lenguaje utilizando recursos estilísticos y lenguaje connotativo; los textos **periodísticos**, que emplean un lenguaje conciso y concreto con significados denotativos; los textos **jurídico-administrativos**, que se sirven de un lenguaje formulístico preciso y monosémico con estructuras fijas; y por último los textos **publicitarios**, en los que se recurre a un lenguaje enfático, connotativo y económico.

Un conjunto de enunciados, oraciones o párrafos no constituye un texto si no presenta las ideas de forma organizada y si carece de las conexiones gramaticales imprescindibles para poder conformar una unidad comunicativa con sentido completo. Por ello, para que **un texto** se configure como tal **debe cumplir unos requisitos** o propiedades textuales: la adecuación, la coherencia y la cohesión.

Desde un punto de vista pragmático, entendiendo el **texto como unidad comunicativa**, un mensaje se debe ajustar a **la situación** en la que es emitido y **al propósito** o intención del emisor. Esta propiedad es lo que se conoce como **adecuación**.

Para emitir un mensaje adecuado se debe tener en cuenta, en primer lugar, la **intencionalidad del emisor**. El objetivo de un mensaje puede ser muy variado: relatar un suceso, explicar algo, pedir un favor o consejo, ordenar algo... Según la intención del mensaje en éste predominará alguna de las **funciones del lenguaje**: informativa, emotiva, fática, metalingüística, apelativa o poética. También es necesario atender a los conocimientos del receptor. El emisor debe considerar los **conocimientos con los que cuenta el receptor** sobre el tema y su capacidad de recepción para conseguir la comprensión total del mensaje. Asimismo, el emisor también debe seleccionar el **registro del lenguaje o el estilo más apropiado** para cada situación, adaptando su expresión a la **formalidad** o **familiaridad** de la situación o a su **relación con el interlocutor**. Por último, al emisor también le conviene tener en cuenta las **particularidades propias del canal** elegido para la comunicación.

Los **enunciados y oraciones** que forman un texto no son un conjunto de ideas sin conexión, sino que están **organizadas en función de la finalidad** última del mensaje. La propiedad textual que se refiere a la **correcta transmisión de la información y su significado completo** (qué se ha de comunicar, en qué orden, etc.) se denomina **coherencia**. Se trata, por tanto, de una **propiedad semántica** basada en las relaciones de **significado** que se establecen entre los distintos enunciados del texto.

Para que un texto sea coherente es importante, en primer lugar, la **unidad temática**. Un texto debe poseer un núcleo temático que integre los distintos enunciados que lo forman. Debe hablar de una sola cosa. También es muy importante que la **información** esté correctamente **estructurada**. La distribución de las ideas debe hacerse siguiendo un **orden lógico**, que responda a la finalidad, y predeterminado, establecido de antemano y no improvisado. Lo más apropiado es desarrollar cada idea en un párrafo, que aparece separado por punto y aparte.

Podemos distinguir **tres tipos de coherencia**: la **global**, que tiene que ver con la unidad temática del texto; la **estructural o lineal**, que se refiere a la estructura del texto y a la organización lógica de las ideas, es decir, que las distintas partes mantengan relaciones de significado, y que haya una adecuada progresión temática; y la **local**: se refiere al sentido cabal de cada enunciado dentro de un contexto.

Una exposición **desorganizada**, que **mezcla** ideas o las **repite**, que **no tiene una estructura** organizada, que salta de tema en tema, constituye un **texto incoherente**. Otros factores que restan coherencia al texto son el **mal uso de los conectores** (*Rosa es muy alegre, sin embargo es simpática*), el **desconocimiento del significado de las palabras** (*Su enfado era latente, se oían los gritos por toda la casa*), o la aparición de **anacolutos** (*Yo me encantaría que vinierais*).

Los **enunciados** y las oraciones que constituyen un texto **no son unidades aisladas**, sino que **se relacionan mediante mecanismos lingüísticos** (conjunciones, pronombres, sinónimos, etc.)

encargados de transmitir las relaciones semánticas entre los conceptos. La propiedad textual por la que se establece la **conexión entre los elementos de un texto** se denomina **cohesión**, y consiste en emplear los **mecanismos lingüísticos que permitan relacionar las ideas** y dar **estructura** y unidad al texto. La **cohesión**, en cierto modo, **es el reflejo lingüístico de la coherencia** del contenido de un texto; y la **coherencia** (semántica) **necesita de la cohesión** (lingüística) para ser percibida por el receptor.

Los **procedimientos** que hacen posible la cohesión de un texto son muchos y muy variados. Los más frecuentes son los siguientes:

- La **recurrencia** o **repetición**. Según el elemento lingüístico que se repita, la recurrencia puede afectar a los distintos niveles de la lengua: **fónico** (repetición de sonidos), **léxico** (repetición de lexemas o palabras), **morfológico y sintáctico** (repetición de personas, tiempos verbales, construcciones sintácticas) y **semántico** (repetición de conceptos mediante el uso de sinónimos, hiperónimos, hipónimos, metáforas, etc.).
- La **sustitución** o **deixis**. Consiste en **reemplazar una palabra** o parte del texto para evitar su repetición **por otros elementos lingüísticos señaladores** denominados **proformas**. Las proformas más habituales son los **pronombres**, los **adverbios deícticos** (*ahí, entonces, así*) y los **hipónimos**. Todas ellas pueden ser a su vez de **referencia externa**, las cuales contextualizan la situación comunicativa indicando espacio (*aquí, allí*), tiempo (*ahora, ayer*), interlocutores (*yo, tú*), etc.; o bien de **referencia interna**, las cuales señalan otros elementos presentes en el propio texto, anafóricos si el elemento al que se alude es anterior (*El examen de Pedro era magnífico. En él se veía que había estudiado*), o catafóricos, si anticipan un elemento (*Te lo presento: es mi hijo Pedro*).
- La **elipsis** consiste en la **omisión** de uno o varios **elementos del texto** (sujeto, verbo, complementos, etc.) **conocidos** ya por el receptor y cuya ausencia **se puede restablecer fácilmente**. Con ello se imprime velocidad al texto sin dificultar su comprensión.
- Los **marcadores o conectores textuales**. Son nexos que **establecen relaciones lógicas** entre las oraciones del texto y **organizan su estructura**. Los hay **causativos** (*pues, porque, puesto que...*), **condicionales** (*con tal de que, a menos que, si...*), de **ejemplificación** (*por ejemplo, como muestra, así...*), **enfanzadores** (*sobre todo, por si fuera poco, en especial...*), de **finalidad** (*a fin de que, con objeto de...*), de **orden secuencial** (*en primer lugar, a continuación, por último...*), **opositivos** (*sin embargo, ahora bien, no obstante...*), **sumativos** (*y, además, asimismo, incluso, más aún...*), etc.

Además de coherencia, cohesión y adecuación, existen **otras características** que hacen del texto un hecho comunicativo. Por ejemplo **las actitudes de los interlocutores**. El emisor actúa con **intencionalidad**: transmite información o quiere alcanzar una meta específica; el receptor con **aceptabilidad**, intenta percibir **relevancia** (significado, sentido, en definitiva, la finalidad) en el texto, bien por su contenido (**información nueva** e interesante), bien porque le permite **cooperar para alcanzar una meta**. El emisor debe ocuparse no solo de la transmisión del mensaje sino también de su **adecuada percepción**. Para ello, puede modificar la planificación de su enunciado, cambiar el estilo o el orden, etc. Por su parte, el receptor contribuye al mantenimiento de la coherencia mediante **inferencias**, es decir, deducciones extraídas del contenido del mensaje o de su propio conocimiento. Otra propiedad textual es la que hace referencia a las relaciones de un texto con textos anteriores: la **intertextualidad**. Cada tipo de texto posee un grado diferente de intertextualidad. Por ejemplo, las parodias, las reseñas de crítica literaria, las contraargumentaciones manifiestan un grado máximo: el emisor debe acudir constantemente al texto que parodia, critica, etc., para construir su mensaje; el receptor, por su parte, para entender el mensaje necesitará conocer previamente el texto que se critica o parodia.