

EvAU 2017 - EL COMENTARIO LINGÜÍSTICO DIRIGIDO

Cómo hacer el comentario de texto en las nuevas pruebas EvAU

El **comentario de texto** ya estaba presente en las **pruebas PAU** que se hacían **antes del curso 2017-2018** en las pruebas de **Lengua castellana y literatura** de la **Universidad de Zaragoza**. El reto de los **nuevos armonizadores**, Dr. **José Aragüés** y Dra. **Mamen Horno**, ha sido mantener la **presencia** de esta **pregunta** en la **nueva EvAU**, pero rediseñándola para que resulte más objetiva y sencilla su corrección.

Lo que se propone ahora es un **comentario dirigido**, por lo que las preguntas que se formulen sobre el mismo serán siempre las **siguientes**:

Pregunta 3. Comentario lingüístico dirigido, en torno a una de estas tres posibilidades (2 puntos):

- a) Comente la estructura argumentativa del texto**
- b) ¿Cuál es la intención comunicativa del emisor? Relaciónela con el género textual utilizado y sus características lingüísticas más importantes.**
- c) Describa los principales mecanismos de cohesión utilizados en el texto, que consiguen darle coherencia de significado.**

En el **examen EvAU**, tocará desarrollar **una** de estas **tres preguntas** en cada **opción (A y B)**. Pero el **alumno no sabrá cuál de las tres** le va a tocar hasta el momento del **examen**.

Es muy importante que el alumno **se centre** en la cuestión, que **no divague**. Son preferibles las **respuestas breves (20 líneas, aproximadamente)**. El alumno escribirá ahora **menos** que antes y centrará **más rápidamente** su **comentario** en la cuestión (de las **tres posibles**) que se le pide. No se debe contestar a lo que no se pregunta, pues el corrector de la prueba podrá entender que el alumno escamotea la respuesta adecuada por desconocimiento y se desliza hacia lo no preguntado para disimular su ignorancia. Esta manera de hacer será penalizada.

Esto no quiere decir, ni mucho menos, que se le exija hablar absolutamente de **todas** las cuestiones relativas a la pregunta que deba desarrollar, habida cuenta de las **limitaciones de tiempo y espacio** que lo condicionan. Se trata de que su comentario sea **adecuado** y esté **bien escrito**. El alumno tiene **libertad de enfoque**, pero **no debe divagar** respondiendo a lo que **no** se le ha preguntado. Si así lo hiciera, sería **penalizado**.

Por otro lado, hay que tener muy claro que todo cuanto se diga del texto en el comentario **HAY QUE PROBARLO** citando partes del propio texto (usando las **comillas**) e indicando **línea** o **líneas** donde aparecen (entre **paréntesis** y con **abreviaturas: lín. 4 -6**)

Para acceder a un **esquema rápido** sobre **cómo hacer el comentario de texto dirigido**, puede verse el documento del Prof. **Pablo Blasco**: "**Esquema comentario-Pablo Blasco**" http://www.avempace.com/index.php?s=file_download&id=6797.

Concretando qué debería contestarse en cada pregunta:

a) Comente la estructura argumentativa del texto

La pregunta decía anteriormente: “Especifique cuál es la **tesis** del texto, su **estructura argumentativa (argumentos y contra-argumentos)** y los **marcadores discursivos** empleados en el mismo”. Este enunciado da idea más cabal de qué debe contestarse en la pregunta.

Todos los **textos argumentativos** presentan varios **elementos estructurales**: la **tesis** o idea que el emisor defiende y los **argumentos** o razonamientos que esgrime para convencer al receptor. Los **argumentos** se disponen en lo que se llama el **cuerpo argumentativo**. Además suele haber una **conclusión** (puede ser el **resumen** del texto o la **síntesis** de las ideas expuestas. En ocasiones se puede cerrar el escrito con una **interrogación**, una **exhortación** o con alguna **frase ingeniosa**).

Estos elementos de la **argumentación** pueden aparecer en el texto en distintas estructuras. Lo más habitual es que coincidan dichas partes con los **párrafos** del texto; como proporcionalmente la parte más amplia corresponde a los argumentos, estos pueden estar dispuestos en más de un párrafo. No obstante, puede decirse que podemos encontrar las estructuras más frecuentes:

La **tesis** puede aparecer en el texto al **principio** (estructura **analítica o deductiva**), en **medio**, al **final** (estructura **sintética o inductiva**), al **principio** y al **final** (estructura **encuadrada o circular**), repetida o reiterada a lo largo del texto (estructura **repetitiva o paralela**).

Debe incluirse alusión a si la **estructura del texto** es **inductiva, deductiva o encuadrada**. Un ejemplo:

“En este texto se exponen, en primer lugar, los datos (*hay mucha pobreza en el mundo, la riqueza está mal repartida, el egoísmo es el motor de los países ricos*) y finalmente se concluye con la tesis del autor (*es necesario un cambio radical, hay que construir un mundo más solidario*). Por ello, podemos concluir que la estructura textual (1º argumentos, 2º tesis) es inductiva.”

Puede hablarse igualmente de las **partes** en que se estructura el texto tanto **internamente (introducción, desarrollo y conclusión)** como **externamente (párrafos, líneas)**.

Atendiendo a su **final**, el **texto** puede ser **abierto** (no concluye el tema, deja abierta la puerta al futuro) o **cerrado** (termina con una conclusión, que se presenta o parece definitiva). Normalmente, siempre podremos aludir a que los artículos de opinión (pre-)suponen una cierta poética de apertura, puesto que siempre esperan contestación. Un párrafo que puede valer para casi todos los comentarios sería el siguiente:

“En cuanto al final del texto, el autor expresa concluyentemente su opinión (*hace falta un cambio radical, debemos construir un mundo más solidario*) y el texto se estructura como un todo acabado (con introducción, desarrollo y conclusión). Por ello, podríamos decir que se trata de un texto cerrado. Pero al ser un artículo de opinión, se ofrece al debate público, espera una réplica, una rectificación o una ratificación de otros articulistas, por lo que, en cierta manera, está vigente en él una cierta poética de la apertura, puede ser considerado como un texto abierto, ya que no aspira a decir la última palabra, sino que se ofrece a ser completado”

Deberá indicarse el **tema**, es decir, la idea general de la que trata el texto (suele formularse como un sintagma nominal o una frase muy corta, a modo de título).

Tendremos que indicar igualmente la **tesis**, que no es lo mismo que el **tema**: es algo así como la idea u opinión que desea defender o atacar el autor.

Hay que hablar también de la organización de la **tesis** del texto en **argumentos y contraargumentos**, decir de qué tipo son (clasificarlos: cuáles son **verdades generales** o de **sentido común**, cuáles **criterios de autoridad**, cuáles **réplicas** o **contrarréplicas**...), distinguirlos de las **falacias**.

Hay muchos **tipos de argumentos** que se pueden utilizar en los textos argumentativos:

- empleo de **citas textuales** o ideas de otros autores (**argumento de autoridad**)
- uso de **datos objetivos** y **cifras contrastables**
- ejemplificación** de lo que se quiere defender
- comparación** o analogía con otras ideas diferentes
- razonamiento** o encadenamiento de las ideas que se dan como ciertas y que llevan a una conclusión
- refutación** de otras ideas contrarias a las que se sostienen
- concesiones** o ideas contrarias que no son completamente rebatidas
- Cuando se formulan posibles **limitaciones** u **objeciones** a la posición que se defiende, se emplean **contraargumentos**. Para ello se suelen emplear **concesiones** y **refutaciones**.

Podemos ver ejemplos de **concesiones**: “Se asocia más a los hombres con el machismo que a las mujeres; *no obstante*, eso no quiere decir que las mujeres no sean machistas”; “Las normas reducen el caos, *pero* limitan la libertad del hombre.”

Ejemplos de **refutaciones**: Ante la idea: “El estado tiene recursos necesarios para ofrecer estudios”, una posible **refutación** sería: “El estado no tiene recursos necesarios para ofrecer estudios universitarios gratuitos, porque...” (todas las razones que se puedan emplear como que no tiene ingresos económicos suficientes, tiene excesivo gasto, etc.); “La idea de proveer salud pública para todos es, en principio, muy atractiva, pero no es la mejor opción. Debemos preguntarnos: ¿qué costo estaríamos dispuestos a afrontar? ¿Cómo haría el gobierno para financiar esta propuesta de salud inclusiva? La única fuente de financiamiento disponible para el gobierno es aumentar los impuestos que todos nosotros terminaríamos pagando”.

Para poder localizar los **contraargumentos**, será muy útil que nos fijemos en los **conectores** empleados (nexos concesivos, adversativos, etc.)

Tipos de argumentos:

Técnicas usadas	Caracterización	Ejemplos
Causa/consecuencia	El argumento es la causa y la conclusión, la consecuencia. También puede presentar forma de finalidad o de condición.	<i>“Como está lloviendo, no vamos al cine”</i> <i>“Estudio mucho para trabajar en lo que me gusta”</i> <i>“Si bebes, no conduzcas”</i>
Citas o argumentos de autoridad	La argumentación se apoya normalmente en testimonios fidedignos y citas que manifiestan la opinión sobre el tema de personas famosas, de expertos conocidos. Su objetivo es reforzar la idea sostenida, o bien adelantarse a posibles argumentos.	<i>“La libertad es el don máspreciado. Lo dijo Cervantes”</i>
Refranes	Son dichos populares, anónimos, muy pegadizos y de gran fuerza expresiva, que resuman reflexiones generales apoyadas en la experiencia vital y que son compartidas por mucha gente.	<i>En boca cerrada no entran moscas.</i>
Máximas	Regla, principio o sentencia de autor conocido y de carácter más culto que el de los refranes. Presentan un valor	<i>Esto solo sé: que no sé nada</i> (Sócrates)

	de verdad comúnmente aceptado y admitido sin reservas.	
Ejemplos	Se emplean para ilustrar lo que se pretende demostrar y defender; sirven, por tanto, como factor indispensable para lograr la persuasión.	<i>Demandé a Telefónica y gané el juicio: La justicia existe.</i>
El sentir de la sociedad en general	En ocasiones, se apela al parecer general de una sociedad o incluso de un grupo social, con la clara intención de lograr la defensa, pero, sobre todo, convencer al lector de su opinión. Son argumentos apoyados fundamentalmente en la cantidad.	<i>El 95% de los encuestados afirman dormir mejor tras haber leído durante un par de horas antes de acostarse.</i>
Experiencia personal	El emisor pone sus propias experiencias (no es muy riguroso)	<i>Yo estuve tomando ese jarabe tres semanas y no mejoré.</i>
Tópicos	De la existencia, la utilidad, la moralidad, la cantidad (de la mayoría), la calidad, la belleza, la tradición...	<i>¡No me diga que no le gusta el color de este vestido! ¡Se lleva mucho!</i>

Algunos marcadores discursivos:

ADICIÓN Añaden una idea a otras anteriores	Aditivos propios Introducen un nuevo dato o argumento del mismo valor que el anterior.	<i>Además, también, aparte, asimismo...</i>
	Intensificadores El elemento sumado es más significativo que el anterior.	<i>Es más, más aún, encima, sobre todo...</i>
	Culminativo El último elemento sumado lleva al máximo la línea de lo afirmado por el primero.	<i>Incluso, para colmo, hasta, por si fuera poco, ni siquiera...</i>
	De confirmación El elemento añadido asegura la veracidad de la idea o secuencia de las ideas anteriores.	<i>En realidad, en verdad, de hecho, en efecto...</i>
	Comparativos Establecen semejanzas entre hechos e ideas.	<i>Análogamente, igualmente, de igual manera, del mismo modo...</i>
OPOSICIÓN Introducen relaciones de contraste o de contradicción entre enunciados	Adversativos Se afirman dos enunciados de significado opuesto, siendo en segundo de mayor fuerza argumentativa.	<i>Sin embargo, no obstante, en cambio, ahora bien, antes bien...</i>
	Concesivos El segundo enunciado se cumple a pesar de que el primero es un obstáculo para su realización.	<i>Con todo, aun así, de todas formas, en cualquier caso...</i>
	Restrictivos Limitan el alcance de lo comunicado en un enunciado anterior.	<i>Al menos, si acaso, en todo caso...</i>
	Excluyentes	<i>Antes al contrario, antes bien, más bien, muy al contrario...</i>

	El segundo miembro de la oposición niega al primero.	
CAUSALIDAD Conectan los enunciados estableciendo relaciones de causa efecto	Causales El segundo enunciado expresa la causa o razón del primero.	<i>Pues, porque, y es que... (usados al comienzo del enunciado).</i>
	Consecutivos e ilativos El segundo enunciado indica una consecuencia o una deducción lógica del primero.	<i>Por tanto, por consiguiente, en consecuencia, entonces, así pues...</i>
	De apoyo argumentativo El segundo enunciado expresa un hecho que se deriva de unos supuestos previos	<i>En vista de ello, siendo así, puestas así las cosas, pues bien...</i>
REFORMULACIÓN Se enuncia nuevamente el contenido de uno o varios enunciados anteriores.	Explicativos El contenido del segundo enunciado tiene un alcance similar al del primero, del cual se diferencia solo por la forma de enunciarlo.	<i>Es decir, o sea, esto es, en otras palabras...</i>
	Rectificativos El contenido del segundo enunciado corrige en todo o en parte un enunciado anterior que el hablante considera equivocado o no adecuado.	<i>Mejor dicho, digo, quiero decir, o sea, por mejor decir, más claramente, dicho de otro modo...</i>
	Recapitulativos (o de resumen) Se condensa en un enunciado información concreta procedente de uno o varios enunciados anteriores.	<i>En resumen, resumiendo, en suma, en conclusión, en una palabra, en síntesis, total, en definitiva, en fin...</i>
	Ejemplificadores El enunciado presenta uno o varios casos concretos relacionados con una idea general previamente presentada.	<i>Por ejemplo, así, pongamos por caso, tal como, a saber, verbigracia, concretamente...</i>
ORDEN DEL DISCURSO Marcan partes distintas en las que se ordena la información del texto.	Presentadores Señalan el comienzo del texto o de una parte definida del texto.	<i>Para empezar, ante todo, antes de nada, primeramente, en primer lugar...</i>
	Continuadores Van añadiendo nuevos enunciados al discurso sin que se establezcan relaciones definidas entre unas ideas y otras.	<i>Luego, después así que, pues bien... (Pueden utilizarse también los que utilizan adición).</i>
	De transición Sirven para señalar un cambio de tema.	<i>En otro orden de cosas, por otra parte...</i>
	Digresivos Indican también un cambio de tema, pero en este caso no justificado y muy alejado del anterior.	<i>Por cierto, a propósito, dicho sea de paso, entre paréntesis...</i>
	De enumeración Introducen los enunciados de una secuencia correlativa.	<i>En primer lugar, en segundo lugar, por último, por un lado, por otro, primero, segundo...</i>
	De cierre	<i>En fin, para finalizar, para acabar (Pueden utilizarse también otros con</i>

	Marcan el último enunciado de un texto o de una parte de texto.	<i>valores de consecuencia, resumen, etc.)</i>
--	-----------------------------------------------------------------	------------------------------------------------

Debe observarse también la **progresión temática** (normalmente, hay sucesión en el texto de argumentos a favor o en contra), ver si el texto acaba de manera **circular** (repitiendo la tesis que había dicho al principio) o **lineal** (con avances temáticos, sin volver atrás).

Y por último, podemos referirnos también a los **conectores lógicos** o **marcadores del discurso**, las **relaciones** que introducen entre las partes del texto: adición, reformulación, conclusión, concesión, causalidad, consecuencia, adversación...

Conviene no terminar el comentario de una manera abrupta, sino poniendo un **párrafo conclusivo** de cierre, algo parecido a este que proponemos como ejemplo:

“En definitiva, al ser un artículo de opinión, el autor ofrece su manera de pensar al debate público, y la argumenta para que los lectores puedan compartirla. Se trata claramente de un texto interpretativo, subjetivo, pero que, a través de la argumentación, aspira a ser intersubjetivo, asumido por una colectividad lectora a la que se quiere persuadir”.

Para más información sobre cómo hacer esta pregunta, puede leerse el documento “**El texto y sus propiedades**”, disponible en http://www.avempace.com/index.php?s=file_download&id=398

b) ¿Cuál es la intención comunicativa del emisor? Relaciónela con el género textual utilizado y sus características lingüísticas más importantes.

En esta pregunta debe hacerse alusión a las **características** del **texto expositivo-argumentativo**, que une **información** y **opinión**, **objetividad** con **subjetividad**. Normalmente, el texto propuesto será un **artículo de opinión** o **columna**, marcado por la **subjetividad** y que busca **convencer** al lector, concienciarlo, moverlo a la acción...

Se trata de escritos publicados en la **prensa** y dirigidos a un **público general**, lo que aconseja un **lenguaje coloquial, divulgativo** más que especializado; bien expresado, pero sin grandilocuencias excesivas. Son **mini-ensayos** que muestran una **perspectiva** o **punto de vista** sobre un tema frecuentemente **polémico**, sin pretensiones de agotar el debate, pero en los que claramente el autor aspira a convencer a su público, a que éste comparta con él su opinión (**intersubjetividad**).

Para comentarlos, hay que fijarse en el tipo de **adjetivos** que utilizan (valorativos u objetivos), los **sustantivos** (comunes, propios, concretos, abstractos...), los **tiempos verbales** y **perífrasis**, la **sintaxis** (simple, compleja), si hay **coloquialismos, cultismos, tecnicismos, vulgarismos**; si predominan los **datos objetivos** y estadísticos o las **apreciaciones personales**, etc.

Hay que analizar la **relación comunicativa** entre el **emisor** y el **receptor**, si el autor busca atraer o reconvenir, si utiliza un “**nosotros**” inclusivo o un “**vosotros-ustedes**” distanciador, si hay **vocativos, presuposiciones** que deban ser conocidas por ambos para entender el texto, el nivel de lenguaje o **registro** utilizado, si hay complicidad entre ambos, etc.

También habrá que analizar la presencia de las **funciones** del **lenguaje** en el texto:

- 1) **Expresiva** o **emotiva**;
- 2) **Apelativa, conativa** o **de llamada**;
- 3) **Representativa** o **referencial**;

4) **Metalingüística;**

5) **Fática o de contacto;**

6) **Poética o estética.**

Normalmente, la 1), 2) y 3) siempre están presentes de alguna manera. También se puede invocar la 6), en cuanto a que los periodistas y columnistas intentan usar un lenguaje que conecte con el lector y que, a la vez, sea correcto, incluso bello.

Conviene concluir el comentario con un **párrafo de cierre**, haciendo alusión de nuevo a la **intención comunicativa** del texto, su **género** periodístico y su **organización interna** perfectamente estructurada para conseguir el efecto que se proponía el autor.

Incluimos un cuadro con lo más relevante de las **funciones del lenguaje**:

FUNCIÓN	TEXTOS	RECURSOS LINGÜÍSTICOS
Representativa o referencial: pretende informar o transmitir un contenido de forma objetiva . Ej.: <i>Este helado vale tres euros.</i>	Exposiciones. Textos científicos, técnicos. Narraciones.	-Adjetivos no valorativos, especificativos, pospuestos. -Verbos en modo indicativo, en presente gnómico. -Predominio de la tercera persona gramatical. -Léxico denotativo. Tecnicismos. -Orden lógico de los elementos oracionales. -Oraciones enunciativas.
Expresiva: expresa sentimientos, opiniones, deseo... del emisor . Ej.: <i>¡Qué susto me he dado!</i>	Lírica. Argumentaciones. Géneros periodísticos de opinión. Habla coloquial.	-Sufijos apreciativos (diminutivos, despectivos,...). -Adjetivos valorativos, explicativos, antepuestos. -Verbos en modo subjuntivo, perífrasis modales. -Predominio de la primera persona gramatical. -Interjecciones. -Léxico connotativo. -Alteración del orden lógico de los elementos oracionales para dar énfasis a algunos de ellos. -Oraciones exclamativas, desiderativas, dubitativas,...
Conativa o apelativa: pretende influir en la conducta del receptor . Ej.: <i>Ana, cierra la puerta, por favor</i>	Anuncios publicitarios, propaganda política. Géneros oratorios. Instancias.	-Verbos en modo imperativo, perífrasis modales de obligación o necesidad. -Predominio de la segunda persona gramatical. -Recursos lingüísticos de la función expresiva: adjetivos valorativos, connotaciones, sufijos,...
Fática: pretende establecer, mantener o interrumpir la comunicación. Comprobar que funciona el canal . Ej.: <i>¡Hola! ¡Buenos días!</i>	Mensajes para establecer, prolongar o cerrar la comunicación.	-Redundancias. -Fórmulas de cortesía, frases estereotipadas. -Muletillas. -Recursos paralingüísticos (subrayados, tipos de letra,...) y códigos no verbales (esquemas gráficos,...).
Metalingüística: utiliza la lengua (código) para hablar de ella misma. Ej.: <i>El significado de "ignominia" es "ofensa pública que uno padece"</i>	Gramáticas, diccionarios. Definiciones de cualquier ciencia.	Al ser una consecuencia de la función representativa sus recursos son similares.

Poética: Atrae la atención sobre la forma del mensaje . Expresar un mensaje de forma bella teniendo en cuenta el código y sus recursos. Ej.: <i>Con tanta mansedumbre el cristalino Tajo en aquella parte caminaba.</i>	Textos literarios (poesías). Publicidad. Juegos lingüísticos (palíndromos...) Uso coloquial de la lengua con intención creativa o humorística.	-Recursos métricos (rima, ritmo,...). -Figuras literarias: a.- basadas en la repetición de sonidos(aliteración), palabras (anáfora), esquemas sintácticos(paralelismo), significados(sinonimia) b.- basadas en los cambios de significado: metáforas, metonimias,... c.- de pensamiento: hipérboles, ironías, antítesis, paradojas, comparaciones,...
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

c) Describa los principales mecanismos de cohesión utilizados en el texto, que consiguen darle coherencia de significado.

La **coherencia** se consigue cuando el autor crea su texto en torno a un núcleo informativo fundamental (**asunto**) y a una **idea central** que resume el sentido de lo que se dice (**tema**). Para la redacción del tema se recomienda: utilizar una estructura nominal; concisión; emplear un registro formal; comenzar la redacción con la intencionalidad del autor (crítica, duda, llamamiento, comentario...)

El texto se **estructura** en capítulos, episodios, párrafos... Cada enunciado debe implicar la información del anterior y añadir una nueva información (**progresión temática**), sin caer en la expresión de enunciados contradictorios. La **selección** de ideas también debe ser la adecuada evitando tanto un exceso de informaciones como una insuficiencia informativa. Igualmente ha de cuidarse la **ordenación** y **jerarquización** de las ideas.

La **cohesión** se define como la manifestación lingüística de la coherencia. Las distintas partes del texto deben estar formalmente **conectadas** entre sí a través de **mecanismos lingüísticos** o **procedimientos de cohesión textual**. Los más utilizados por los hablantes se recogen en este cuadro:

RECURRENCIA	Léxica	Se repite una misma palabra, o una derivada o compuesta a partir de esa palabra.	
	Semántica	Aparición repetida de palabras relacionadas por su significado	-sinónimos -antónimos -hiperónimos -hipónimos -asociaciones pragmáticas
	Sintáctica	Paralelismo	
	Fónica	Rima, figuras literarias como la aliteración	
SUSTITUCIÓN	Uso de pronombres con valor anafórico o catafórico (sustituyen sustantivos o segmentos de oración)		
	Uso de pro-adverbios (adverbios de significación ocasional que sustituyen a sintagmas con función adverbial)		
	Uso de proformas léxicas o "comodines" (palabras como "hacer", "cosa", "persona",...)		
ELIPSIS	Omisión de elementos léxicos que ya han aparecido previamente y son comprensibles por el contexto.		
	Con función pragmática		Vocativos y apelaciones (receptor)
			Elementos fáticos (canal)
			Interjecciones (emisor)

MARCADORES DISCURSIVOS O TEXTUALES	(referida a los elementos de la comunicación implicados en el texto)	Complementos oracionales: modalizadores y comentarios (emisor)
	Con función textual: conectores supraoracionales (relacionan enunciados distintos, ordenan el texto, estructuran ideas)	Adición: intensificación, culminación, comparación
		Oposición: adversación, concesión, restricción, exclusión
		Causalidad: causa, consecuencia, condición
		Reformulación: explicación, corrección, resumen, ejemplificación.
	Orden del discurso: presentación, continuación, transición, digresión, enumeración, cierre.	

Hay que citar la **idea** del texto, fijarse en los **mecanismos** de **coherencia** y **cohesión**. Entre ellos, los **fundamentales** son:

- a) Las **recurrencias** o **repeticiones**, especialmente **léxico-semánticas** (familias léxicas presentes en el texto, campos léxicos y semánticos, relaciones léxicas —sinónimos, antónimos, hiperónimos, parónimos, enumeraciones...—)
- b) La **identidad referencial**, especialmente **anáforas** (los relativos, los posesivos) y **catáforas**.
- c) Las **elipsis** nominales, verbales, oracionales.
- d) Otros **mecanismos de sustitución** como las **perífrasis** o **circunloquios**, las **metáforas**, las **comparaciones**...
- e) Las **deixis espaciales** (adverbios de lugar, demostrativos), **temporales** (adverbios de tiempo) y **personales** (pronombres personales, posesivos).
- f) La **progresión temática** (del **tema** al **rema**), los **énfasis** o **repeticiones**. La **estructura textual**.
- g) Las **conexiones extraoracionales** y **marcadores** u **ordenadores del discurso** (de adición, oposición, causalidad, de localización espacial o temporal, de ordenación del discurso, de reformulación, de cierre o conclusión...)

No debes olvidar que tu **comentario** debe ser un texto coherente y bien redactado, así que tendrás que ponerle una **introducción** y un **cierre**.

Un ejemplo de **párrafo-modelo** para **comenzar** el comentario podría ser algo parecido a esto:

“El texto no es un conjunto de oraciones superpuestas o yuxtapuestas, sino un todo relacional complejo. Las distintas partes que lo integran están interrelacionadas gracias a mecanismos de cohesión como: las repeticiones o recurrencias (fónicas, sintácticas, léxico-semánticas), la identidad referencial (anáfora, catáfora, palabras-comodín), las elipsis (nominales, verbales, oracionales), las deixis (espaciales, temporales, personales), la progresión temática...

A continuación, debería analizarse alguna de estas cuestiones y, para **terminar**, valdría un párrafo similar a este:

“En definitiva, en este texto todas sus partes quedan interrelacionadas mediante diferentes mecanismos de cohesión que hacen que sea percibido como una unidad intencional de sentido, un todo en el que se desarrolla un tema para llegar a una conclusión, expresar una opinión personal, hacer una crítica...”

La armonizadora de la parte de **Lengua**, Dra. **Mamen Horno**, ofrece **tres textos comentados**, respondiendo cada uno a una de las tres cuestiones citadas más arriba, como **ejemplo**. Son los siguientes:

TEXTO 1 – Tomado de la prueba PAU de septiembre de 2010. Opción A.

En los últimos tiempos, en algunos países occidentales, se plantea el tema de la conveniencia de prohibir el velo de las musulmanas. ¿Es el velo de las musulmanas un símbolo machista? ¿Vulnera la dignidad de la mujer, y presupone y potencia su sumisión? Estas preguntas suponen una identificación entre una prenda -el velo- y unos valores -los patriarcales- que está lejos de **05** ser evidente. El velo no significa lo mismo siempre, ni en todas las culturas, ni para cada una de las mujeres que lo adoptan. Pero el auténtico argumento a favor de la no prohibición es que lo que está en juego es la libertad de las propias musulmanas. Que el velo es machista es, en muchos casos, absolutamente cierto, pero prohibirlo enarbolando esa razón resulta en buena medida contraproducente. La lucha de las mujeres por su liberación ha sido el acontecimiento **10** más fructífero y liberador de la modernidad, pero lo ha sido así porque fueron ellas las que encabezaron la lucha: ellas fueron las protagonistas, como ahora lo han de ser las musulmanas. Lo que la prohibición lograría sería retirar de la cabeza de las mujeres el mero velo externo, sí, pero al presumible precio de mantener incólume el interno, que es el que principalmente hemos (han) de combatir: el machismo son ante todo ideas y representaciones mentales, y sólo **15** secundariamente ropas, hábitos y servidumbres. Son ellas las que han de descubrir su camino, sin que les indiquemos cuál es "el adecuado" ni les forcemos a transitarlo.

IDEAS – CLAVE DEL TEXTO

- 1) En algunos países occidentales se quiere prohibir el velo de las musulmanas considerándolo símbolo de valores patriarcales.
- 2) Pero el velo puede tener muy variados significados.
- 3) Es la mujer la que debe decidir si lleva el velo o no.
- 4) No hay que caer en el error de confundir lo externo (la ropa) con lo interno (las representaciones mentales).
- 5) Deben ser las mujeres musulmanas las que decidan sin presiones.

Pregunta 3 - Especifique cuál es la tesis del texto, su estructura argumentativa (argumentos y contra-argumentos) y los marcadores discursivos empleados en el mismo.

Estamos ante un texto distribuido en cinco párrafos, que se puede dividir en tres partes:

- una **introducción** que presenta el tema (primer párrafo),
- un **cuerpo argumentativo** (párrafos 2-4) y
- la **tesis** del texto, que aparece como **conclusión** (párrafo 5). Se trata, como vemos, de un texto de **estructura inductiva** (primero, los **datos** o argumentos; luego, la conclusión o **tesis**).

El **tema** del texto, introducido en el primer párrafo, es la **posible prohibición del velo musulmán** y la **tesis**, explícita en el último párrafo, es que **no debería prohibirse**. Los primeros dos argumentos que se ofrecen son los siguientes:

- (i) que llevar el velo no siempre implica aceptar los valores machistas y patriarcales, ya que depende de la persona que lleva el velo y de su cultura (párrafo 2) y
- (ii) que prohibir el velo es un ataque a la libertad de las mujeres que lo llevan (lín. 7-8).

Es interesante comprobar en este texto que el **conector “pero”** está uniendo dos argumentos **a favor** de la tesis. En realidad, **lo que contradice ese conector** es que el primer argumento sea el único o el más importante. Inmediatamente después, se ofrecen una serie de **contraargumentos** y **argumentos** relacionados con el conector **“pero”**, que en estas ocasiones sí tiene su valor habitual de **contraponer dos perspectivas antagónicas**:

- (i) **contraargumento**: el velo suele ser machista

PERO

argumento: prohibirlo puede ser contraproducente (lín. 8-10)

- (ii) **contraargumento**: la lucha feminista es fundamental

PERO

argumento: es importante que parta de las mujeres (lín. 10-13)

- (iii) **contraargumento**: la prohibición quitaría el signo externo patriarcal

PERO

argumento: no eliminaría la mentalidad machista (párrafo 4)

En definitiva, como se ve, todos los argumentos se pueden reducir a **uno**: prohibir a las mujeres hacer algo que quieren hacer no es el mejor modo de luchar por su liberación.

NOTA: Fíjese: cuando se cita hay que usar **comillas**; y es mejor que indique **entre paréntesis** las **líneas** o **párrafos** donde aparece el texto citado. Puede usar **abreviaturas**: “lín.”, “párr.”

TEXTO 2 – Tomado de la prueba PAU de septiembre de 2013. Opción A

La palabra *motivación* lleva un par de décadas incrustada en el aparatoso torreón del vocabulario empresarial.

Motivar a un chaval para que estudie ha constituido siempre un objetivo digno de ser perseguido. Motivar a un crío que no le ve la gracia a las lecciones que tiene por delante, **05** estimular a los alumnos de una clase atiborrada para que presten atención: he ahí la labor del buen profesorado, siempre luchando contra las limitaciones y los agujeros del sistema, sacrificándose para llegar a donde no alcanzan los medios públicos. Mucho respeto, pues, para el verbo motivar en sus mejores acepciones.

Otra cosa es lo que las empresas consideran motivación, y que tiene mucho más que ver **10** con el descubrimiento de que las gallinas ponen más huevos si tienen las luces encendidas para que no puedan dormir. La motivación es hoy un asunto peliagudo, lo mires por donde lo mires. Entre motivar a un estudiante y dar cursillos de motivación a jefes y capataces para que sean capaces de motivar al trabajador media un estrecho que es, más que un trecho, un océano.

No podemos ignorar que lo único que motiva es ver que el trabajo bien hecho se aprecia **15** y se recompensa; y que quienes meten la pata repetida e intencionadamente son penalizados. Por el contrario –qué les voy a contar a ustedes–, nada desmotiva más que asistir a la continua escalada de los más inútiles y de los más pelotas y de los más dóciles. Hace demasiado tiempo que la mediocridad campa por sus respetos, y, presumiblemente, tenemos para largo.

IDEAS-CLAVE DEL TEXTO

- 1) La palabra *motivación* forma parte del léxico empresarial.

- 2) Hay que diferenciar entre motivar en el ámbito escolar y motivar en el ámbito empresarial. Dos cuestiones complicadas y muy diferentes.
- 3) Lo que motiva es la justicia a la hora de valorar el trabajo y lo que desmotiva, la injusticia del triunfo de los peores.
- 4) No se puede ser optimista en una situación a la que no se le ve límite temporal, en la que la mediocridad triunfa.

Pregunta 3 - ¿Cuál es la intención comunicativa del emisor? Relaciónela con el género textual utilizado y sus características morfosintácticas y pragmático-textuales.

Estamos ante un **texto expositivo-argumentativo**, un **artículo de opinión**, en el que la **intención** del autor es **convencer** a los lectores de su **punto de vista**. Por lo tanto, podemos decir que la función predominante en el texto es la **conativa** o **apelativa**, por la que **exhorta al lector** a plantearse el modo en el que las empresas pretenden **motivar** a sus empleados. De ahí todas las expresiones que **incluyen al lector** (“lo mires por donde lo mires”, lín. 11-12, “no podemos ignorar”, lín. 15, “qué les voy a contar a ustedes”, lín. 17). Mención especial merece la frase de las líneas 7-8, pues, a pesar de la ausencia de verbo en imperativo, la intención comunicativa no deja de estar clara.

No obstante, para conseguir su propósito, el texto nos presenta **datos objetivos** que nos ayuden a entender el punto de vista del autor. En este sentido, podemos hablar de la **función denotativa** del texto. Un ejemplo serían las líneas 3-4, en las que se nos plantea, en modo indicativo y con un **orden de palabras canónico (Sujeto + Verbo + Complementos, SVO)**, que **motivar** a un **chaval** ha sido siempre un objetivo digno. Además, dado que el problema tratado es utilizar de forma adecuada un **término** (“**motivación**”) y otros relacionados **léxicamente** (“motivar”, “desmotivación”) que sirven para vertebrar el texto, podemos observar la importancia que el **autor** (o **autora**) da a la propia **función metalingüística**, por la que los hablantes podemos reflexionar sobre el **uso** que le damos a nuestras **palabras** (párrafo 3).

Por último, dado que se trata de un **artículo de opinión**, es evidente la intención del autor de expresar su punto de vista desde una **perspectiva original** y propia. De ahí que desarrolle tanto la **función expresiva** como la **poética**. Esta es la razón por la que se expresa por medio de **imágenes** (lín. 2-3), utiliza abundancia de **adjetivación**, incluso **antepuesta** (“**aparatoso** torreón”, lín. 1; “**continua** escalada”, lín. 18), **frases hechas** (“meten la pata”, lín. 16), **metáforas** (“el aparatoso torreón del vocabulario empresarial”, líneas 1 y 2, “la continua escalada de los más inútiles”, lín. 18), un **léxico** muy expresivo (“una clase atiborrada”, lín. 5; “un asunto peliagudo”, lín. 11) o incluso verdaderos **juegos de palabras** (lín. 13, “media un estrecho que es, más que un trecho”).

En definitiva, el **objetivo** del texto, que no es otro que **convencernos** del punto de vista del autor, utiliza todos los **mecanismos** que le ofrece el lenguaje: la **exhortación** al receptor, los **datos objetivos**, la **reflexión lingüística**, la utilización de las **personas gramaticales** (“lo mires por donde lo mires”, “no podemos ignorar”, “qué les voy a contar a ustedes”), el uso de **adjetivos** y de **metáforas** que sirven para evaluar, el de **enumeraciones**, **términos coloquiales** y el uso del **presente** y, por supuesto, la **belleza** y originalidad del texto.

TEXTO 3 – Tomado de la PAU de septiembre de 2016. Opción A

Por mucho que se empeñen las revistas femeninas en publicar de vez en cuando titulares felices sobre *Mamás a los 40* y mostrar un catálogo de madres cuarentonas que a los pocos días del parto recuperan su envidiable figura, los pediatras comienzan a preocuparse por lo que parece ser una tendencia en alza. Hace tan solo unos años, antes de que la crisis azotara, se achacaba **05** el retraso en la maternidad a un exceso de agenda vital, a la obsesión por medir cada etapa; pero ahora no hay manera de eludir lo obvio: las mujeres tienen miedo a que el embarazo les

haga perder un trabajo ya de por sí escaso y mal pagado, a no tener tiempo para atender a un hijo o a ser incapaces de ofrecerle un buen futuro. La consecuencia es que, mientras las maternidades se retrasan, la tozuda naturaleza se impacienta: a los 35 una mujer es mucho más **10** joven de lo que fueran las mujeres de hace medio siglo, pero la biología es conservadora y no son pocas las que mediada la treintena tienen que recurrir al empujón de la reproducción asistida. Todo se ha dilatado: la adolescencia, la juventud, la llegada de la definitiva madurez y, ya en estos últimos tiempos, la independencia económica, pero los ovarios no atienden a razones sociales ni económicas. ¿Cabe entonces reprocharle a alguien que tenga miedo a traer **15** hijos al mundo? Más bien al contrario lo que ocurre es que las mujeres (acompañadas o no por sus parejas) están siendo tan responsables que, ante la perspectiva de no poder conciliar trabajo y maternidad o de criar a una criatura en un país en el que se va desintegrando el sistema público, deciden no tenerlo o posponerlo al límite, a ese límite en el que los niños nacen con menos peso por la cantidad de embarazos múltiples que conlleva la reproducción asistida. Es la **20** economía (estúpidos)¹ jugando con lo más sagrado.

IDEAS-CLAVE DEL TEXTO

- 1) El retraso de la maternidad empieza a preocupar a los pediatras.
- 2) Este retraso se debe, fundamentalmente, a razones económicas, pero la naturaleza no respeta cuestiones de este tipo.
- 3) Por responsabilidad, ante unas circunstancias que no son las mejores para tener un hijo, las mujeres deciden no tener hijos o posponerlo.
- 4) El retraso en la maternidad conlleva riesgos para el niño.
- 5) No es inteligente que la economía decida una cuestión tan importante como la maternidad.

Pregunta 3 - Describa los principales mecanismos de cohesión utilizados en el texto, que consiguen darle coherencia de significado.

El **texto** del examen es **expositivo-argumentativo**, con las características propias del **artículo de opinión**. Su **tema** es la **maternidad tardía** (sus **causas**, sus **consecuencias** y sus posibles **culpables**). Consta de un único párrafo que se puede dividir en **tres partes**:

- una **introducción** (lín. 1-5), que presenta el tema de la **maternidad tardía** como un **problema**;
- un **nudo** (lín. 5-24), en el que se desarrolla la **argumentación**, presentando las **causas** de este problema (**económicas**: líneas 5-10), sus **consecuencias** (un problema con la naturaleza: lín. 10-17) y sus **responsables**, pues exime de culpa a las **mujeres** (lín. 17-24);
- y un **desenlace** breve e impactante, en la línea 24.

Todo el texto está bien **cohesionado** y es **coherente** por la **unidad temática** que presenta.

Desde un punto de vista **referencial**, se puede interpretar que está hablando de la **realidad española** de **principios del s. XXI (espacio y tiempo)** y en esa clave se entienden las expresiones “las revistas femeninas” (lín. 1), “la crisis” (lín. 5), “las mujeres” (lín. 7, 18) o “un país” (lín. 21).

Por su parte, desde el punto de vista **semántico**, todo el texto gira en torno al **campo semántico** de la **maternidad**: “mamás” y “madres” (lín. 2), “parto” (lín. 3), “maternidad(es)” (lín.

¹ “¡Es la economía, estúpido!” es una famosa frase de **James Carville**, asesor del demócrata **Bill Clinton** en la campaña de 1992 cuando el candidato ganó frente a su oponente republicano, **George Bush padre**. Se usa para insistir en lo importantes que son los aspectos económicos en la vida real, al margen de otras cuestiones de tipo ideológico o moral.

6, 10, 20), “embarazo(s)” (lín. 8, 23), “reproducción asistida” (lín. 14, 24), “ovarios” (lín. 16), “traer hijos al mundo” (lín. 17-18), “criar” (lín. 20), “criatura” (lín. 21), “niños” y “nacén” (lín. 22).

El texto comienza contrastando la visión que presentan las **revistas femeninas** (con términos **positivos** como “felices” o “envidiable”) con la **realidad** que señala la **ciencia** (“los pediatras”) con un **verbo clave**: “preocuparse”. Y estas **dos caras** de la moneda se relacionan con el **marcador** “Por mucho que”, que decanta la balanza a la **preocupación**.

Por otra parte, las líneas dedicadas a las **causas** se refieren a los asuntos económicos con términos muy negativos: “crisis”, “miedo a...perder un trabajo”, “escaso y mal pagado” “incapaces”. La **consecuencia** es un problema con la **naturaleza**, que se presenta **personificada** (“la tozuda naturaleza se impacienta”, “los ovarios no atienden a razones”).

En cuanto a la **responsabilidad**, presentada desde la **pregunta retórica**, no es, según el **autor** o **autora**, de las **madres** (descritas como “responsables”, que “deciden”). Por el contrario, la última frase del texto presenta a la **economía (personificada)**: “jugando con lo más sagrado”) como la **culpable**. Ahora bien, eso no nos exime de **culpa**. Si la economía rige nuestras vidas ha de ser, necesariamente, porque somos **estúpidos**. Ese **vocativo** que aparece entre paréntesis se refiere a **todos nosotros**, los que nos creemos las portadas de las revistas y los que pensamos que las mujeres retrasan su maternidad solo porque quieren.

En resumen, son elementos destacables en el texto, entre otros, los siguientes:

1. Las **personificaciones** (*por mucho que se empeñen las revistas femeninas, titulares felices, la tozuda naturaleza se impacienta, la biología es conservadora, los ovarios no atienden a razones, la economía jugando...*), que llaman la atención del lector y oponen esta personificación a la deshumanización a que lleva la situación económica actual.

2. Los **adjetivos calificativos**, que ponen de manifiesto la intención de caracterizar y precisar la realidad a la que se refiere el texto (*revistas femeninas, titulares felices, madres cuarentonas, envidiable figura...*), la misma función que realizan las...

3. **Bimembraciones** (*a un exceso de agenda vital, a la obsesión por medir cada etapa; escaso y mal pagado; a no tener tiempo para atender a un hijo o a ser incapaces de ofrecerle un buen futuro; razones sociales ni económicas...*).

4. La **subjektividad** del texto manifestada en el uso de algunos **adjetivos** (*titulares felices, tozuda naturaleza...*) y, sobre todo, en la oración final, con ese “estúpidos”, entre **paréntesis**, que deja oír la voz del autor.

5. El uso del **presente** y del indicativo, que ponen de manifiesto que el texto hace referencia a una **realidad** de la situación actual.

6. La función de la **interrogación**, que involucra al lector presentando la idea contraria a la que defiende el autor del texto. En realidad, el texto puede considerarse compuesto de **dos secuencias interrogativas** con el **esquema pregunta-respuesta** que nos encaminan hacia la **conclusión final**: “Es la economía (estúpidos) jugando con lo más sagrado”.

- La primera secuencia responde a la pregunta implícita: *¿Por qué se retrasa la maternidad?*

- Y la segunda plantea la respuesta a la pregunta: *¿Cabe entonces reprocharle a alguien que tenga miedo a traer hijos al mundo?*

Más información:

- **Modelo de examen EVAU Lengua y literatura- El velo de las musulmanas**, http://www.avempace.com/index.php?s=file_download&id=6512.
- **Modelo de examen EVAU Lengua y literatura- Opinódromo**, http://www.avempace.com/index.php?s=file_download&id=6811.