

Condiciones de textualidad

¿Cuáles son las características internas que debe tener un escrito para que sea entendible?

Se le da el nombre de *textualidad* al conjunto de características que distingue a un texto de lo que no lo es. Halliday, representante de la lingüística funcional, señala que la cohesión es la característica esencial de un texto. Otros autores, además de la cohesión, reconocen como características de un texto:

- 1.2.1 La adecuación y la situacionalidad
- 1.2.2 La intencionalidad comunicativa
- 1.2.3 La cohesión y la coherencia
- 1.2.4 La intertextualidad
- 1.2.5 La informatividad

Veamos cada una de estas características esenciales de un texto de forma más detallada.

La adecuación y la situacionalidad

Desde una perspectiva comunicativa un texto verbal (oral o escrito) debe ser coherente al contexto comunicativo en el que se presenta, es decir, el mensaje producido por un hablante debe considerar el contexto social (Una clase escolar, conversación con amigos, un ámbito periodístico, político, etc.), el lugar (la escuela, una iglesia, la cafetería, etc.) el destinatario (tu padre, tu profesor, tu jefe, etc.) y la finalidad.

Así, se entiende por adecuación de un texto a la habilidad comunicativa que tiene un hablante de adaptar su registro idiomático a cada situación.

Recuerda que...

Para que un texto sea adecuado debes considerar quién es tu interlocutor (para saber qué tipo de lenguaje utilizar), el contexto social en el que se encuentran, el lugar físico en el que se lleva a cabo la comunicación y cuál es tu finalidad comunicativa. Todo ello debe condicionar el tipo de vocabulario que vas a utilizar

Intencionalidad comunicativa

La intencionalidad está relacionada con la razón que tenemos para escribir. ¿Para qué voy a escribir? Dicho propósito, afecta el contenido y el lenguaje que se emplearán para desarrollar ese contenido.

Algunas de las circunstancias que nos pueden llevar a escribir son:

- Informar. Para ello se privilegia un lenguaje claro y objetivo, en donde el texto está apoyado con los elementos clave como datos, fechas, lugares, asuntos involucrados, etc., que servirán al receptor como guía para interpretar y comprender la información.
- Persuadir. El propósito persuasivo se identifica con el emisor que argumenta comprueba, insiste, y trata por todos los medios de convencer de que su punto de vista es el correcto y que es válida y confiable la recomendación que nos hace.
- Explicar. El propósito explicativo es quizá el más obvio de los procesos, dado que se remite en la mayoría de las situaciones a procesos simples o complejos que el emisor quiere compartir con sus receptores.
- Describir. En el propósito descriptivo podemos encontrar elementos inherentes como: narración exhaustiva, características detalladas, rasgos importantes, etc., sobre el objeto, persona, lugar o situación que el emisor quiere reproducir en nuestra mente.

Existen otros propósitos o intenciones que podemos identificar en los textos, pero suelen ser variantes de los ya mencionados.

Sirva de base la información anterior para adentrarnos un poco más en el tema de los propósitos, mismos que son complementados a través de los tonos de la escritura.

Los tonos

Otro concepto que interviene en la definición de los propósitos es el de los tonos en la escritura. Mediante el empleo de palabras clave éstos matizan la intención del texto. Así, por ejemplo, un escrito que intente ser reflexivo, acompañará a un propósito argumentativo; un tono humorístico, a propósito de entretener; un tono ponderado o serio, a un propósito argumentativo. Algunos de los tonos más empleados son:

- Humorístico: Hace reír, ridiculizando situaciones, características, personajes, etc.
- Científico: Presenta información especializada.
- Irónico: Hierde, con un lenguaje indirecto, fino y mediante comparaciones.
- Reflexivo: Despierta la conciencia de los receptores, a través del análisis y del discernimiento.
- Agresivo: Es tosco sin llegar a la ofensa personal ni a la grosería estéril.
- Cordial: Tono lleno de amabilidad y confianza.
- Ponderado: Escrito objetivo y neutral.
- Positivo: Tono de apoyo y confianza para el receptor.
- Negativo: Tono opuesto a las expectativas del receptor, pesimista.