

Procesos y estrategias

El comentario de textos no literarios (I)

En esta página —y en la de la sección *Procesos y estrategias* de la UNIDAD 4— se propone un **modelo de comentario de textos no específicamente literarios**. El comentario se puede organizar en tres bloques —**Análisis del contenido**, **Análisis formal** y **Tipología textual**—, bien indicados explícitamente mediante epígrafes, bien organizados implícitamente por medio de una adecuada distribución en párrafos. Las expresiones subrayadas en los ejemplos sirven para introducir o ensamblar los distintos apartados.

En esta unidad nos centraremos en el análisis del contenido (**resumen**, **tema**) y en la primera parte del análisis de la forma del texto (**modalidades textuales** y **estructura**). En la UNIDAD 4, completaremos el modelo con otros apartados del análisis formal (**funciones del lenguaje**, **mecanismos de cohesión textual**, **registro**, **léxico**) y con los distintos aspectos relacionados con la tipología del texto (**género discursivo**, **ámbito de uso...**).

Análisis del contenido

Un buen comentario de texto exige una correcta comprensión. Lee el fragmento tantas veces como sea preciso hasta asegurarte de que lo entiendes bien, y subraya las **palabras clave**, que servirán para determinar los **temas**. «Ensucia» el texto antes de escribir el comentario; hazlo tuyo.

Resumen

Expón el **contenido principal del texto** de forma condensada y precisa, utilizando tus propias palabras. Incluye toda la **información relevante**, descartando aspectos anecdóticos y evitando repetir palabras o expresiones. Redacta el resumen en **tercera persona** y **evita valoraciones personales**.

Tema

Se trata de la **idea central** en torno a la cual gira el texto. Recuerda que se formula, en general, mediante sintagmas o grupos nominales que contienen **sustantivos abstractos**.

La identificación de **isotopías** puede ayudarte a formular el tema. No olvides que, además del tema principal, puedes hacer explícitos otros **subtemas** o **ideas secundarias**.

Orden de los apartados del análisis formal

El orden de los apartados del análisis formal del texto es meramente orientativo:

- En general, es recomendable comenzar incidiendo en aquel **aspecto que parezca más significativo**. Así, si el texto es nítidamente descriptivo, quizá convenga comenzar por la modalidad textual; en cambio, si es intensamente subjetivo, convendrá hacer referencia, cuanto antes, a la función expresiva.
- Algunos **elementos del comentario** pueden encajarse en **diversos apartados**. Así, las marcas de subjetividad pueden incluirse en el apartado de las funciones del lenguaje, pero también en los rasgos lingüísticos propios de la modalidad.

Análisis formal (primera parte)

En este apartado debes poner en juego tu bagaje de conocimientos lingüísticos. Aunque has de hacer mención a todos los aspectos, las peculiaridades de cada texto requerirán que te detengas con mayor profundidad en unos o en otros.

Modalidades textuales

Recuerda que es frecuente la combinación de varias modalidades en un mismo fragmento. Indica cuál es la **modalidad principal** (dominante o envolvente) y cuál la **secundaria** (o incrustada), justifica por qué aparece y señala ejemplos de los rasgos lingüísticos de cada modalidad (UNIDAD 3). Observa el ejemplo.

Ejemplo de análisis de la modalidad textual

En el texto predomina la modalidad argumentativa, ya que el autor pretende convencernos de la validez de sus opiniones o puntos de vista; también aparece, no obstante, la modalidad expositiva, pues, a la vez, trata de transmitirnos información sobre el tema tratado. En las secuencias argumentativas encontramos algunos rasgos lingüísticos característicos de esta modalidad: [Ejemplos del texto]

Estructura

Aunque la organización en párrafos ofrece pistas sobre la estructura del texto, recuerda que no siempre coinciden. Para identificar los distintos bloques de contenido, te ayudará recordar las estructuras o estrategias prototípicas de cada modalidad (UNIDAD 2, *Procesos y estrategias*):

- En **textos narrativos**, la organización en **planteamiento, nudo y desenlace**.
- En **textos argumentativos**, la disposición del texto en una **estructura inductiva, deductiva o de doble encuadramiento**, según el orden de aparición de la tesis y de los argumentos.
- En **textos expositivos**, la presencia de las diferentes estrategias o procedimientos—**definición, clasificación, reformulación, ejemplificación...**— que son propios de esta modalidad.

Comentario de texto

El texto propuesto para el comentario en esta unidad es un fragmento de *El cuerpo humano* (2019), un libro de **divulgación científica** en el que su autor, el escritor estadounidense **Bill Bryson**, trata de explicar el funcionamiento de nuestro cuerpo, repasando todos sus componentes y detallando todos los procesos que tienen lugar en el organismo.

Análisis del contenido

- 1 Escucha con atención y lee el texto de Bill Bryson. Después, redacta un resumen de su contenido.
- 2 Especifica el tema principal del pasaje de *El cuerpo humano*.

Análisis formal

- 3 En el texto de Bryson se combinan dos modalidades textuales. Indica de cuáles se trata y justifica tu respuesta.
- 4 Reconoce los rasgos lingüísticos propios de las modalidades que has identificado en la actividad 3.
- 5 Analiza los procedimientos expositivos utilizados en el texto.
- 6 ¿Reconoces en el fragmento marcas de subjetividad? Si es así, explícalas.
- 7 Analiza los mecanismos de cohesión textual empleados.
 - ¿Qué expresiones se repiten con mayor frecuencia?
 - Localiza dos ejemplos de sustitución por hiperónimos.
 - En la última oración, señala un ejemplo de anáfora y otro de proforma léxica, y explícalos.
 - Identifica un marcador y clasifícalo (UNIDAD 2, epígrafe 3.4.).
- 8 ¿Reconoces algún recurso estilístico? En caso afirmativo, explícalo.

Tipología textual

- 9 Clasifica el fragmento del libro *El cuerpo humano* según los criterios estudiados en esta unidad (ámbito de uso, área de conocimiento y modalidad textual).



Diversidad de la mente, ilustración (siglo xxi).

El cerebro

El objeto más extraordinario del universo se encuentra en el interior de nuestra cabeza. Podríamos recorrer cada centímetro del espacio exterior, y muy posiblemente no encontraríamos en ninguna parte nada tan maravilloso, complejo y de mayor rendimiento que el aproximadamente kilo y medio de masa esponjosa que tenemos entre oreja y oreja. Pero para tratarse de un objeto tan maravilloso, el cerebro humano resulta muy poco atractivo. Para empezar, está hecho de entre un 75 y un 80 % de agua, mientras que el resto se reparte entre grasas y proteínas. No deja de ser curioso que tres sustancias tan mundanas puedan unirse de una manera que nos permite pensar, recordar, ver, apreciar la estética y demás. [...] La gran paradoja del cerebro es que todo lo que sabemos del mundo nos lo proporciona un órgano que en sí mismo nunca ha visto ese mundo. El cerebro vive en el silencio y la oscuridad, como un preso en una mazmorra. No tiene receptores del dolor, y literalmente tampoco sentimientos. Nunca ha sentido la calidez del sol ni una suave brisa. Para nuestro cerebro, el mundo es solo una corriente de impulsos eléctricos, como golpecitos del código Morse. Y a partir de esa información desnuda y neutra crea para nosotros —en el sentido más literal de crear— un universo vibrante, tridimensional y sensualmente atractivo. Nuestro cerebro es nosotros. Todo lo demás son solo tuberías y andamios.

Simplemente permaneciendo inmóvil y en silencio, sin hacer nada, el cerebro obtiene más información en treinta segundos de la que ha procesado el telescopio espacial Hubble en treinta años. Un minúsculo trocito de corteza de un milímetro cúbico —aproximadamente el tamaño de un grano de arena— puede contener 2000 terabytes de información, una cantidad suficiente para almacenar todas las películas que se han hecho nunca con sus tráileres incluidos, o aproximadamente 1200 millones de copias de este libro. Se calcula que el cerebro contiene unos 200 exabytes de información, lo que equivale aproximadamente a «la totalidad del contenido digital del mundo actual», según Nature Neuroscience. Si eso no es lo más extraordinario del universo, entonces, sin duda, nos aguardan algunas maravillas por descubrir.

Pero seguramente lo más extraordinario de nuestro cerebro es cuán innecesario resulta. Para sobrevivir no necesitamos saber escribir música o ser capaces de filosofar: solo necesitamos pensar mejor que un cuadrúpedo; entonces ¿por qué hemos invertido tanta energía y riesgo en producir una capacidad mental que en realidad no necesitamos? Esa es una de las muchas cosas de nuestro cerebro que no nos dirá por sí solo.

Bill BRYSON
El cuerpo humano, RBA

Procesos y estrategias

El comentario de textos no literarios (II)

En la sección *Procesos y estrategias* de la UNIDAD 3 iniciamos el **modelo de comentario de textos no literarios** centrándonos en el **análisis del contenido** y en la **primera parte del análisis formal** (estructura y modalidades textuales). En esta unidad continuaremos con la **segunda parte del análisis formal** (funciones del lenguaje, mecanismos de cohesión, registro y léxico) y con la **tipología textual** (género discursivo, ámbito de uso, modalidad y modo de expresión). Como ya se ha indicado en la UNIDAD 3, puedes utilizar las expresiones subrayadas en los modelos para ensamblar los distintos apartados del comentario.

Análisis formal (segunda parte)

Funciones del lenguaje

Es importante identificar los **propósitos** o **finalidades** con los que el autor o la autora ha escrito el texto: informar, expresar una opinión, convencer de algo... Cada uno de estos fines se asocia con una **función del lenguaje**. Por ello, debes justificar por qué crees que aparece una determinada función y localizar los **elementos lingüísticos** (UNIDAD 1) a través de los que se hace presente en el texto. Presta atención a las **marcas de subjetividad**, relacionadas con la función expresiva.

Modelo de análisis de funciones del lenguaje

El autor pretende transmitir conocimientos o informaciones objetivas al receptor. Predomina, por tanto, la **función representativa**, que se pone de manifiesto en el empleo de **oraciones enunciativas**, con el verbo en **tercera persona** y en **modo indicativo** [incluye ejemplos del texto].

En el fragmento, el autor muestra sus opiniones o puntos de vista. Aparecen, por tanto, **marcas de subjetividad**, en las que se manifiesta la **función expresiva del lenguaje** [menciona las marcas de subjetividad, con ejemplos: enunciados exclamativos, desiderativos o dubitativos, uso de la primera persona y del subjuntivo, adjetivos y adverbios valorativos, verbos volitivos o emocionales, sustantivos ponderativos o denostadores, sufijos apreciativos...].

Recursos estilísticos

En los **textos ensayísticos, autobiográficos** o **científicos de carácter divulgativo** es habitual el uso de recursos estilísticos para transmitir de una manera más clara o expresiva las ideas. En estos casos, es preciso reconocer y explicar las **figuras retóricas** presentes en el texto.

Aunque no es un texto literario, aparecen diversos **recursos estilísticos**, en los que se manifiesta la **función poética** [incluye ejemplos del texto: recurso y explicación].

Mecanismos de cohesión textual

Reconoce los mecanismos de cohesión (UNIDAD 2) del texto clasificándolos según sean de **recurrencia**, **sustitución** o **elipsis**. Localiza, en particular, los **marcadores**, e indica su **tipo**, incluyendo ejemplos del texto: ordenadores, conclusivos, digresores, aditivos, contraargumentativos, explicativos...

Una característica de los textos escritos es el empleo de **mecanismos o procedimientos de cohesión**, que enlazan formalmente los enunciados de un texto. En el fragmento encontramos los siguientes: [incluye ejemplos del texto].

Registro

En los textos escritos es habitual el empleo de un **registro formal**. Por tanto, este apartado solo es relevante si el autor se instala en un **registro coloquial**. Señala, en tal caso, los rasgos propios de esta variedad (léxico informal, modismos...).

Léxico

Subraya solo aspectos significativos (tecnicismos, isotopías, anglicismos...). Evita expresiones vacías del tipo «El léxico empleado es rico y preciso», que no aportan nada al análisis.

Tipología textual

En este apartado, que puede aparecer también al principio del comentario, debes incluir las siguientes informaciones:

- El tipo de texto según la **modalidad** predominante: narrativo, descriptivo, dialogado, argumentativo o expositivo.
- El **género discursivo**: ensayo, artículo, autobiografía...
- Su clasificación según distintos criterios —en particular, la **disciplina o área del conocimiento** (UNIDAD 3)—: científico-técnico, humanístico, periodístico, publicitario...

A continuación se proponen algunas posibles formulaciones de este apartado.

Formulaciones de la tipología textual

- Se trata de un **ensayo humanístico**, en el que predomina la **modalidad expositivo-argumentativa**.
- Es un **texto autobiográfico**, de carácter **narrativo**.
- El texto es un fragmento de un **artículo científico de carácter divulgativo**, en el que predomina la **modalidad expositiva**.
- El texto pertenece a un **artículo periodístico**, dentro de los **géneros periodísticos de opinión**. El artículo constituye una forma menor del ensayo, de modo que el texto también podría considerarse un **ensayo humanístico**.

Comentario de texto

El artículo que se reproduce en esta página se publicó, **sin firma**, en la sección de **Opinión** del diario *El País*, en las ediciones impresa y digital del 28 de diciembre de 2021.

Teniendo en cuenta todos estos datos, realiza el comentario de este texto tomando como referencia las cuestiones que se plantean a continuación y las pautas para el comentario de textos no literarios de la sección *Procesos y estrategias* (UNIDADES 3 y 4).

Análisis del contenido

- 1 Lee atentamente el texto del diario *El País* y contesta las siguientes cuestiones:
 - ¿Cuáles son los estereotipos que perpetúan los juguetes sexistas?
 - ¿En qué mecanismos lingüísticos se concretan esos estereotipos?
 - ¿Qué posibles consecuencias para la edad adulta acarrea el sexismo que todavía se da en los juguetes?
- 2 Teniendo en cuenta tus respuestas a las cuestiones de la actividad 1, redacta un resumen del texto.

Análisis formal

- 3 Establece razonadamente la estructura del artículo. Atiende tanto a los aspectos estructurales relacionados con su género periodístico como al contenido.
- 4 Analiza ahora los recursos estilísticos empleados en los términos subrayados.
 - ¿De qué recursos se trata?
 - ¿Crees que implican una valoración por parte del emisor? Razona tu respuesta.
- 5 Identifica otras marcas de subjetividad en el texto.
- 6 ¿Qué modalidad o modalidades textuales reconoces? Utiliza ejemplos del texto para justificar tu respuesta.

Tipología textual

- 7 Clasifica el texto del diario *El País* del modo más completo posible atendiendo al ámbito de uso y al modo de expresión utilizado.



Osos de peluche, por Anthony Butera (siglo XXI).

El sexo de los juguetes

El sexismo no ha dejado de ser una plaga en las sociedades occidentales y sigue exhibiéndose en vallas publicitarias, anuncios televisivos, cuñas radiofónicas. Las fiestas navideñas recrudecen esa evidencia cuando el destinatario de la publicidad es la infancia: ahí se repiten de forma todavía más acusada los estereotipos que prefijan modelos adultos de hombre y de mujer que perpetúan una forma de discriminación social repudiable. A ellas se dirigen los juegos relacionados con ponerse guapas y cuidar a los demás; a ellos, los juguetes que invitan a una vida de aventura. El último estudio del Instituto de la Mujer sobre juguetes, elaborado el año pasado, señala que muchos anuncios siguen centrados en mensajes fosilizados en otro tiempo: el 38,5 % de los anuncios muestran a las niñas arquetipos femeninos de belleza o de cuidadoras y madres esposas, pero el 50 % de los espacios publicitarios dirigidos a niños vinculados con profesiones los imaginan como pilotos, policías o militares. Para ellas son sistemáticamente los diminutivos: *casitas*, *vestiditos*, *muñequitas*. Para ellos, se reservan todavía en muchos casos los prefijos *súper* y *mega* y los juegos de acción.

Tanto el Instituto como el Ministerio de Consumo, que este año ha lanzado una guía para orientar a las familias en la elección de regalos para la infancia, denuncian que el sexismo permanece como una constante en la promoción de juguetes. Es verdad que en los últimos años, tanto en catálogos como en portales web, se han percibido «tímidos avances» en la representación de tipologías sin sesgo de género, señala el Instituto. Pero todavía los juguetes con más funciones electrónicas y mecánicas se promocionan sobre todo para los niños, con lo que se fomenta uno de los sesgos más arraigados y con más consecuencias tangibles en el futuro educativo de ellos y de ellas: la escasez de mujeres en el ámbito científico-tecnológico. Cuando se hacen jóvenes adultos, este perfil se replica en la falta de vocaciones femeninas en las carreras de ciencias, ingenierías o matemáticas, donde solo el 13 % de las matrículas corresponden a mujeres, según un estudio de la Organización de Estados Iberoamericanos (OEI). Aunque los colores sigan las pautas históricas de la costumbre —rosa para ellas, azul para ellos—, el factor más distorsionante del sexismo en la promoción de los juguetes infantiles, según registra el Instituto, es la sexualización de las niñas. Está presente al menos en 1 de cada 10 anuncios, a través de posturas, gestos o miradas a la cámara. Más allá del sermón moralizante, la sexualización que propician algunos programas de entretenimiento con niños protagonistas, y la misma publicidad de juguetes, desactivan la laboriosa impregnación de nuevos modelos de mujer para una sociedad donde ellas ya no han de ser amables y hacendosas cuidadoras, sino investigadoras, ingenieras, juezas o periodistas. En esa infancia de hoy está la sociedad de mañana.